



**Belgio**

**Il mercato  
dell'abbigliamento**



A cura di ICE Bruxelles

Ottobre 2011

## SOMMARIO

1. IL SETTORE DELL'ABBIGLIAMENTO.....	3
DATI CONGIUNTURALI.....	3
Storia del tessile in Belgio .....	3
Fatturato e produzione .....	3
Investimenti.....	4
Occupazione.....	5
Salario .....	5
Commercio al dettaglio.....	5
CENTRI ALL'INGROSSO .....	6
IMMAGINE, ENTI DI FORMAZIONE, PROMOZIONALI E FIERISTICI .....	6
Immagine della moda in Belgio.....	6
Scuole.....	7
Fiere .....	7
Città di moda.....	8
I tre Enti belgi di promozione e la propria attività.....	8
2. COMMERCIO ESTERO .....	9
SISTEMA DI CIRCOLAZIONE DELLE MERCI .....	9
IMPORT - EXPORT PER PAESE .....	10
IMPORT PER PRODOTTO .....	11
PREVISIONI PER IL 2011.....	14
3. TENDENZE ed OPPORTUNITA' .....	14
4. PRINCIPALI FONTI .....	16

## 1. IL SETTORE DELL'ABBIGLIAMENTO

### DATI CONGIUNTURALI

#### *Storia del tessile in Belgio*

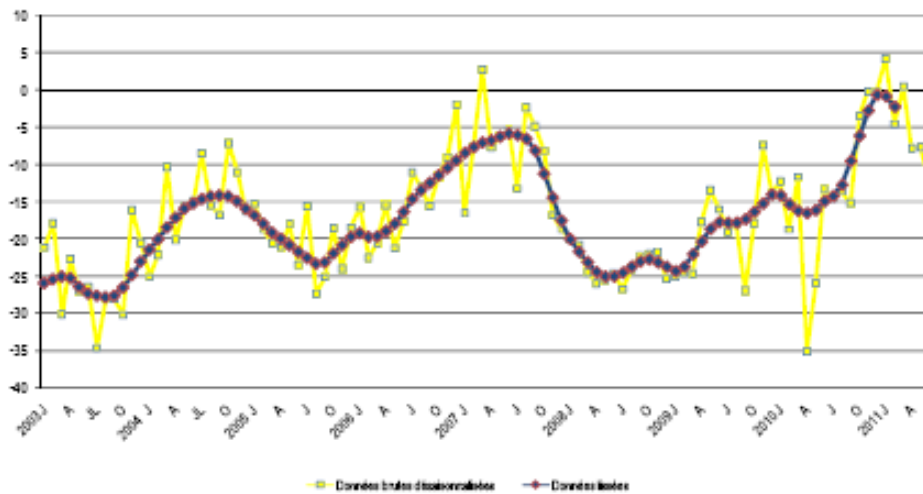
Sin dal Medioevo il Belgio si è distinto nella produzione tessile. Le città di Gent, Bruges ed Ieper erano già fiorenti nel settore a partire dall'undicesimo secolo. Dopo la seconda guerra mondiale, un gran numero di aziende attive nel tessile, per la maggior parte a conduzione familiare, si trasferirono presso la provincia delle Fiandre occidentali. L'indipendenza finanziaria ha sempre rappresentato un grande vantaggio per queste strutture di tipo familiare, garantendo una maggiore capacità di far fronte ad eventuali crisi economiche. A tutt'oggi la maggior parte delle società belghe attive nel settore tessile è ancora gestita a livello familiare.

#### *Fatturato e produzione*

Il settore dell'abbigliamento ha conosciuto una diminuzione del giro d'affari nel 2008 e nel 2009 di rispettivamente del 6,9% e dell'8,7% a causa della recessione. Tale declino è da imputare ad un calo delle vendite, sia a livello nazionale che internazionale. Tuttavia, la migliore congiuntura ha fatto sì che nel 2010 il fatturato fosse diminuito solo dell'1% fino a 1,5 miliardi di Euro nel 2010. In effetti, il fatturato del settore dell'abbigliamento ammontava a 1.459,0 milioni di Euro nel 2010, mentre registrava 1.472,7 milioni di Euro nel 2009. La stabilizzazione del fatturato nel 2010 è dovuta alla crescita del fatturato interno (+5,8%) combinata alla diminuzione del fatturato all'estero (-3,8%).

Per quanto riguarda la produzione l'indagine di settore rileva che solo il 10% del valore totale di produzione dell'industria dell'abbigliamento viene effettivamente prodotto in Belgio. Ciò significa che la maggior parte del fatturato belga del settore proviene da attività svolte all'estero e le aziende belghe di abbigliamento figurano sempre di più come intermediarie tra produttore e consumatore oppure distributore.

Grafico della congiuntura nell'industria dell'abbigliamento



Fonte : Banca Nazionale del Belgio

***Investimenti***

Nel 2008 e nel 2010 il clima di investimenti nel settore risultava relativamente negativo, in quanto si sono registrati notevoli regressioni rispettivamente del 18,7% e del 20,9%. Gli investimenti di 20,7 milioni di Euro effettuati nel 2010 rappresentano un livello storicamente basso. Ovviamente questa diminuzione è da imputare alla difficoltà degli imprenditori ad ottenere crediti, il calo della domanda ed il livello basso dell'utilizzo della capacità di produzione, nell'industria del tessile che è passato dal 64% nel 2009 al 69% nel 2010.

Grado di utilizzo della capacità produttiva

Anno	produzione %
2001	83
2002	79
2003	77
2004	77
2005	74
2006	78
2007	78
2008	74
2009	64
2010	69

### *Occupazione*

L'occupazione nel settore dell'abbigliamento in Belgio nel 2010 contabilizza 15.200 posti di lavoro diretti, ossia una diminuzione di circa l'1,8% rispetto al 2009. Inoltre, la disoccupazione temporanea a maggio del 2010, che è un fattore strettamente dipendente dall'andamento dell'economia, era del 30% inferiore al livello nello stesso periodo del 2009. Tuttavia, le previsioni per il 2011 rimangono sfavorevoli.

### *Salario*

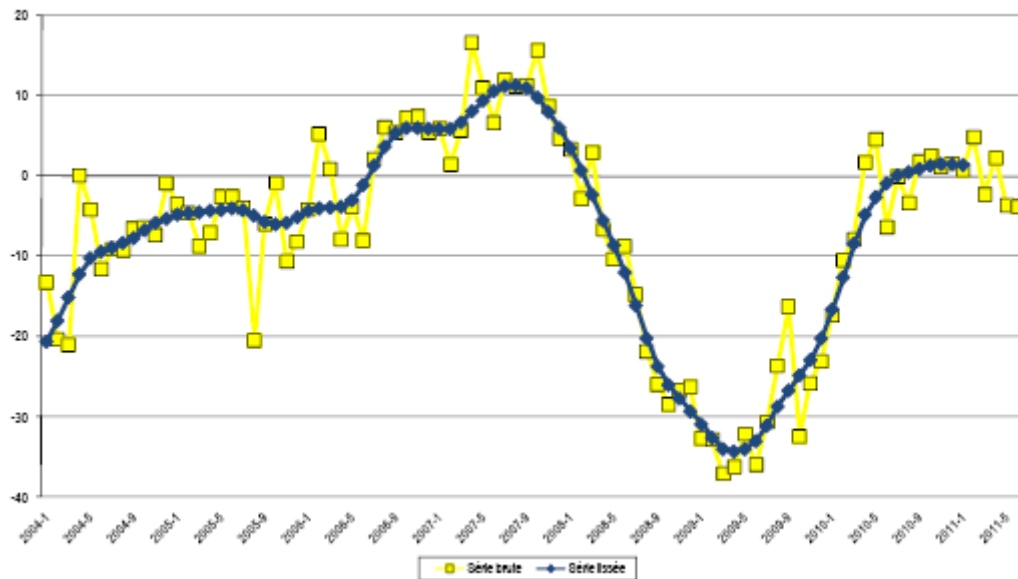
Nel settore dell'abbigliamento, la regolazione automatica di stipendi e salari al costo della vita si applica a scadenze fisse, il 1° aprile e il 1° ottobre di ogni anno, in base all'indice d'inflazione. Fedustria, la Federazione del tessile e dei mobili, ha calcolato che, ad inizio 2010 il costo salariale medio si attestava intorno a 25 Euro l'ora.

### *Commercio al dettaglio*

La fiducia dei consumatori ha ovviamente un'influenza notevole sulle spese delle famiglie per l'abbigliamento. In genere esiste una forte correlazione tra quest'indice ed il fatturato nel settore. Si osserva, quindi, un miglioramento della fiducia all'inizio del 2009 che stagna ad inizio 2011, a causa dell'incertezza del clima economico.

Negli ultimi due anni si è assistito ad un aumento del fatturato nel settore del commercio retail tessile e dell'abbigliamento. Pertanto, il fatturato del commercio nel settore dell'abbigliamento è ancora aumentato del 3,3% nel 2010 rispetto al 2009 per raggiungere i 5,9 miliardi di Euro.

Grafico della congiuntura del commercio dell'abbigliamento e del tessile



Fonte : Banca Nazionale del Belgio

## CENTRI ALL'INGROSSO

Il Trade Mart è il centro all'ingrosso di Bruxelles, situato a nord della città, vicino allo stadio di Heysel e all'Atomium per l'esposizione permanente accessibile solo agli operatori del settore. Lo showroom è aperto dal lunedì al venerdì, ma solo il lunedì gli espositori sono in loco ed è possibile accedervi senza appuntamento. Numerosi grossisti ed agenti vi espongono i propri prodotti nelle varie divisioni: calzature, abbigliamento, accessori, ecc. Gran parte dei dettaglianti si recano frequentemente nel centro per acquistare o informarsi su moda e tendenze.

## IMMAGINE, ENTI DI FORMAZIONE, PROMOZIONALI E FIERISTICI

### *Immagine della moda in Belgio*

Alla fine degli anni 70 il settore belga dell'abbigliamento attraversava un periodo di malessere profondo. Allora si producevano principalmente capi fuori moda, mentre i produttori belgi non erano creativi. Negli anni 80, il Governo belga ha finalmente adottato delle misure di sostegno per il settore della moda, con l'obiettivo di agevolare

la creatività in questo settore. In quegli anni, l'alta moda era popolare in grandi città come New York e Milano mentre il Belgio non veniva assolutamente associato alla moda. La situazione cambiò grazie all'iniziativa di Helena Ravijst e del suo piano per il settore tessile 'Mode is Belgisch', ovvero "la moda è belga". La stessa Sig.ra Ravijst ha anche inventato il premio dell'abbigliamento 'Gouden Spoel' (spola d'oro), al fine di accrescere la visibilità del settore della moda. A partire dal 1988, Anversa diventa un'importante città della moda grazie al contributo di sei giovani designer che si erano appena laureati proprio ad Anversa: Dirk Bikkembergs, Ann Demeulemeester, Walter van Beirendonck, Dries Van Noten, Dirk van Saene e Marina Yee. I cosiddetti 'Antwerp six' rappresentarono indubbiamente la rivelazione della fiera British Designer Show a Londra. Questo periodo fu rilevante per la moda belga che, a partire da allora fu apprezzata e seguita al livello internazionale.

### *Scuole*

L'industria della moda in Belgio è sostenuta, nella fase di formazione, da diverse scuole di moda specializzate. La loro funzione non è solo quella di creare figure professionali che si occupino della creazione di capi d'abbigliamento, *made in Belgio*, ma che svolgano anche un importante ruolo nel diffondere la cultura della moda e del design, stimolando l'acquisto di un prodotto ricercato. Tra le scuole più conosciute nel Paese, concentrate nelle città principali, possiamo annoverare: la Ecole Nationale Supérieure des Arts Visuels de La Cambre, la Atelier Lannaux e la Haute Ecole Francisco Ferrer con sede a Bruxelles, la Hogeschool Gent situata nella città di Gent e la più conosciuta Hogeschool Antwerp – Fashion Department di Anversa, famosa per aver formato i cosiddetti "sei di Anversa".

### *Fiere*

Negli ultimi anni, a causa del momento difficile che sta attraversando il settore dell'abbigliamento, diverse fiere attive nel paese hanno cessato la loro attività. In particolare è da sottolineare la chiusura delle fiere Afair e Station di Anversa, che rappresentavano ormai un appuntamento fisso, rispettivamente dagli anni 2006 e 2007, nel panorama delle collezioni lusso e giovani. Il 6 e 7 febbraio 2011, ad Antwerp Expo, si è tenuto il nuovo Salone Gallery 20-20, che è, secondo gli organizzatori, una versione migliorata di Afair. Questa fiera metterà l'accento sulle

collezioni di capi d'abbigliamento, ma valorizzerà anche gli accessori come scarpe, borse ecc..

Continua la sua attività di promozione fieristica il Trade Mart, attraverso i "Fashion Days", che, quattro volte l'anno, (settembre-ottobre per le collezioni autunno/inverno e febbraio-marzo per quelle primavera/estate), presentano le nuove tendenze della moda. I primi appuntamenti previsti in calendario hanno un fine meramente conoscitivo e danno la possibilità agli operatori di osservare tutti i capi presenti in collezione. Nelle altre date, invece, gli operatori, avendo già una visione complessiva del salone, hanno la facoltà di riservare la merce che intendono esporre nei loro stand.

### ***Città di moda***

Anversa è da considerare il capoluogo della moda in Belgio. Si noti che è stata la scuola "Hogeschool di Anversa" a contribuire a stimolare la creatività della città. Sono proprio la creatività, il know-how ed il talento degli stilisti che hanno fatto sì che la moda fiamminga godesse di un'immagine positiva, sia al livello nazionale che internazionale. Simbolo della moda ad Anversa è la Nationale Straat che parte dalla Groenplaats, in centro città e ospita i negozi più importanti. Nella stessa strada si trova il palazzo 'modenatie', un edificio del 900 che ospita due enti: il museo della moda della provincia di Anversa ed il 'Flanders Fashion Institute' (FFI), l'istituto di promozione della moda della Regione Fiandre.

Bruxelles è da considerare, dopo Anversa, la seconda città di moda in Belgio. Sono da rilevare le zone intorno alla rue Dansaert e dell'Avenue Louise.

### ***I tre Enti belgi di promozione e la propria attività***

Ogni Regione del Belgio dispone del proprio istituto di promozione:

#### ***Fiandre : F.F.I.***

La FFI è stata creata nel 1998 col sostegno del Governo Fiammingo. La FFI agevola l'imprenditorialità nell'industria della moda nelle Fiandre, fornisce assistenza amministrativa ai designer, accompagna durante la carriera e promuove i creatori di moda nelle Fiandre a livello nazionale ed internazionale.

La FFI assegna vari premi ed organizza sfilate per stimolare la creatività dei giovani stilisti, nonché stand collettivi in occasione delle maggiori fiere del settore, anche all'estero. Inoltre, ogni anno organizza un percorso di moda denominato 'Vitrine', che si tiene a giugno 2010, alternativamente ad Anversa oppure a Gent. Si tratta di un percorso pedonale nel centro delle città, attraverso le vetrine di negozi di moda e di vari palazzi storici. In quest'occasione, una ventina di punti vendita sono attrezzati 'ad hoc' con delle creazioni di designer di moda. L'obiettivo è quello di illustrare al grande pubblico la visione unica dei designer di moda fiamminghi e stranieri.

***Bruxelles : Modo Brussels***

Nel 1994 Modo Bruxellae è stata creata per creare e mantenere l'immagine della moda di Bruxelles con il sostegno del Ministero dell'Economia e della Regione di Bruxelles. Le principali attività di Modo Bruxellae sono : il percorso Modo, un percorso di moda itinerante, il premio Modo, consegnato ad un designer creativo nonché una che rappresenta un appuntamento tra designer e pubblico.

***Vallonia : WBDM : Vallonia Bruxelles Design Mode***

WBDM è un ente sostenuto dalla Regione Vallonia, dalla Communauté française (DRI et CGRI), dall'Agence wallonne à l'exportation et aux investissements étrangers (AWEx) et dal Ministère de la Communauté française. L'obiettivo è quello di promuovere e valorizzare il know-how dei designer, organizzando eventi a livello internazionale attraverso la partecipazione a fiere e concorsi internazionali e invitando buyers stranieri e stampa internazionale in Belgio per far loro incontrare stilisti e designer. La WBDM provvede, quindi, allo sviluppo di vari eventi di promozione (anche attraverso brochure, cataloghi d'esposizione) e si occupa di consigliare ed assistere designer valloni e di Bruxelles sulle possibilità di esportazione, ottenendo finanziamenti, sulle opportunità all'estero ed assistenza alla prospezione.

## **2. COMMERCIO ESTERO**

### **SISTEMA DI CIRCOLAZIONE DELLE MERCI**

All'interno dell'Unione Europea non è obbligatorio apporre negli articoli tessili un'etichetta "Made in" con l'indicazione specifica del Paese europeo di fabbricazione. A livello internazionale è obbligatoria l'etichettatura Made in Italy oppure Made in

E.U., a seconda del Paese di destinazione. Alcuni paesi extra comunitari si accontentano dell'indicazione Made in E.U.; altri, come, ad esempio, alcuni dei principali partner commerciali dell'Italia e degli altri Paesi europei richiedono, invece, l'indicazione obbligatoria specifica.

Tra le imposte addizionali alle importazioni vi è l'IVA. I paesi membri applicano il sistema dell'IVA seguendo gli stessi principi di base, pur potendo fissare liberamente, entro certi limiti, le quote applicabili.

Tali variazioni non hanno alcuna influenza sul commercio tra l'Italia ed il Belgio. L'IVA, infatti, si paga nel paese di destinazione della merce (sistema d'esenzione nel paese di partenza e di tassazione nel paese d'arrivo).

L'aliquota IVA alla quale sono sottoposti i prodotti tessili e d'abbigliamento in Belgio è del 21%.

Per quel che concerne il Lussemburgo la normativa è più complessa. Viene applicata un'aliquota normale del 15% per l'abbigliamento; vi fanno poi eccezione i capi d'abbigliamento per bambini e compresa la taglia 188, per i quali è prevista un'aliquota del 3% ed i capi d'abbigliamento per uomo fatti su misura e forniti dai sarti, tassati ad un'aliquota del 12%.

Non è obbligatoria un'etichettatura relativa al produttore, l'indicazione di un marchio o della taglia dell'articolo. L'unica etichetta obbligatoria per i prodotti tessili è l'etichetta che si riferisce alla composizione del prodotto. In teoria questa etichetta deve essere redatta nella lingua del consumatore finale. In alcuni paesi, come ad esempio in Belgio, un piccolo Paese con tre lingue ufficiali, la dogana si accontenta generalmente se l'indicazione è fornita in francese o in inglese.

E' tuttavia consigliabile utilizzare etichette redatte nella lingua del consumatore. Un apposito glossario è pubblicato sul sito dell'Organizzazione di Etichettatura tessile GINETEX.

## **IMPORT - EXPORT PER PAESE**

Il 70% della produzione belga dell'abbigliamento è destinata all'export. Nel 2010 le esportazioni ammontavano a 2,8 miliardi di Euro, corrispondenti ad una diminuzione del 3,9% rispetto al 2009. Da notare che il mercato interno dell'U.E. rappresenta il 93% delle esportazioni totali. La Francia rappresenta il primo cliente del Belgio con un valore totale di 1,2 miliardi di Euro seguito dalla Germania con 324 milioni di Euro ed i Paesi Bassi con 262,3 milioni di Euro. L'Italia è il quinto cliente del Belgio con un valore di esportazioni che ammonta a 175 milioni di Euro, corrispondenti ad una progressione del 19% rispetto al 2009.

Per quanto riguarda le importazioni di abbigliamento, essi sono diminuite del 8,1% nel 2010 in valore. Da notare che la Cina rappresenta il primo fornitore del Belgio con una quota di mercato del 22%, mentre la Francia rappresenta il secondo fornitore del Belgio con una quota del 12,7%, seguita dalla Germania (11,7%). L'Italia si colloca al sesto posto con una quota di mercato del 5%. Le importazioni dell'Italia nel 2010 ammontano 159,1 milioni di Euro, corrispondenti ad una diminuzione del 8,7% rispetto al 2009.

Da notare che il bilancio commerciale dell'abbigliamento è negativo in quanto le importazioni si attestano a 3,13 miliardi di Euro mentre le esportazioni ammontano solo a 2,85 miliardi di Euro.

## **IMPORT PER PRODOTTO**

Analizzando le importazioni di prodotti d'abbigliamento degli anni 2010/2009 si evincono delle regressioni dei volumi nelle principali categorie di prodotto.

I volumi maggiori sono rappresentati dagli articoli di abbigliamento femminile, che nell'anno 2010, con valori di import di 1.342 milioni di €, rappresentano la prima categoria di beni richiesta. Con valori di circa un terzo inferiori segue lo scambio di articoli di abbigliamento maschili, che assieme agli articoli da donna rappresentano il 69% dell'import degli articoli di abbigliamento in Belgio.

Si nota una tendenza di regressione delle importazioni di articoli di abbigliamento maschile e della voce articoli femminili, che hanno registrato cali delle importazioni rispettivamente del -8,8% e -15,3% rispetto al 2009.

Da notare che alcune voci dimostrano buoni risultati, come l'abbigliamento da lavoro (+5,9%), gli accessori (+6,5%), il ricamo (+3,8%) e biancheria intima per donne (+2,5%).

IMPORTS PER ARTICLE - Woven apparel & accessories

in 1000 euro	2009	2010	%10/09
<b>Men's outerwear</b>	<b>1.007.721</b>	<b>919.007</b>	<b>-8,8%</b>
-ensembles	7.505	5.927	-21,0%
-vests	58.218	48.851	-16,1%
-suits	47.943	38.312	-20,1%
-trousers	532.512	482.775	-9,3%
-shirts	188.324	179.402	-4,7%
-topcoats	50.095	48.967	-2,2%
-windjackets, blousons	123.125	114.771	-6,8%
<b>Women's outerwear</b>	<b>1.342.937</b>	<b>1.137.073</b>	<b>-15,3%</b>
-ensembles	20.377	19.194	-5,8%
-vests	108.093	91.414	-15,4%
- tailored suits & trouser suits	4.277	2.352	-45,0%
-dresses	177.345	173.840	-2,0%
-skirts & trouser skirts	124.200	94.124	-24,2%
-trousers	481.474	399.088	-17,1%
-blouses	198.627	159.733	-19,6%
-topcoats	120.886	103.362	-14,5%
-windjackets, blousons	107.659	93.966	-12,7%
<b>Workwear</b>	<b>132.605</b>	<b>140.491</b>	<b>5,9%</b>
-women	23.677	21.929	-7,4%
-men	108.928	118.562	8,8%
<b>Baby-articles</b>	<b>40.521</b>	<b>38.038</b>	<b>-6,1%</b>
<b>Underwear</b>	<b>45.471</b>	<b>41.824</b>	<b>-8,0%</b>
<b>Foundation wear</b>	<b>142.750</b>	<b>146.380</b>	<b>2,5%</b>
-Brassieres	127.233	130.036	2,2%
-Gaines	4.629	4.775	3,1%
-Corsets	2.902	2.976	2,5%
-Other	7.984	8.594	7,6%
<b>Sportswear</b>	<b>37.789</b>	<b>36.101</b>	<b>-4,5%</b>
- men's swimsuits	3.630	3.145	-13,4%
- women's swimsuits	6.451	6.936	7,5%
- skisuits	1.127	1.054	-6,5%
- joggings	26.580	24.967	-6,1%
<b>Special apparel</b>	<b>234.683</b>	<b>250.422</b>	<b>6,7%</b>
<b>Accessories</b>	<b>203.732</b>	<b>216.932</b>	<b>6,5%</b>
- scarves, neckerchiefs, ...	38.725	46.184	19,3%
- ties & bow ties	9.120	7.616	-16,5%
- gloves	15.089	13.523	-10,4%
- hats & caps	98.841	108.793	10,1%
- umbrella's & sunshades	25.303	26.897	6,3%
- others	16.655	13.919	-16,4%
<b>Leather &amp; suede (apparel &amp; accessories)</b>	<b>140.370</b>	<b>138.266</b>	<b>-1,5%</b>
<b>Handkerchiefs</b>	<b>2.128</b>	<b>1.799</b>	<b>-15,5%</b>
<b>Embroidery</b>	<b>18.914</b>	<b>19.635</b>	<b>3,8%</b>
<b>Other apparel</b>	<b>58.327</b>	<b>46.983</b>	<b>-19,4%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>3.407.947</b>	<b>3.132.952</b>	<b>-8,1%</b>

## **PREVISIONI PER IL 2011**

Nel 2011 la crescita del PIL in Belgio dovrebbe attestarsi al 2,0%, mentre la progressione del consumo privato si potrebbe collocare attorno all'1,6%. Nel primo semestre del 2011 il livello di attività nel settore è stato ancora leggermente inferiore a quello dell'inizio della crisi. Nello stesso periodo, il grado di utilizzo della capacità produttiva rimaneva tuttavia ad un livello debole. Inoltre, a partire dell'inizio del 2010 le aziende dell'abbigliamento hanno subito il rincaro della materia prima. Si noti che anche l'inflazione rappresenta anche una minaccia per il settore. Tali fattori dissuadono gli imprenditori del settore ad investire maggiormente.

Analizzando i dati d'importazioni dell'abbigliamento nel primo semestre di quest'anno, si rileva che le importazioni complessive, espresse in valore, sono in aumento del 15,87% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Per quanto riguarda l'Italia, le importazioni incrementano del 2,42%, mentre la quota di mercato si attesta al 4,27%.

### **3. TENDENZE ed OPPORTUNITA'**

Il mercato dell'abbigliamento in Belgio può essere definito strutturalmente un mercato maturo che dispone di reti di distribuzione efficaci. Le aziende italiane sono mediamente rappresentate sul territorio, ma rappresentano solo una piccola quota degli articoli d'abbigliamento importati in Belgio. Infatti, al momento, sono principalmente le marche di prestigio ad essere presenti sul territorio. Nell'ultimo decennio i consumatori belgi sono diventati grandi intenditori di moda nazionale ed internazionale ed conoscono ed apprezzano i grandi marchi italiani.

Per favorire una maggiore diffusione del "made in Italy", sarebbe necessario incrementare gli investimenti in promozione e pubblicità dei marchi italiani per incoraggiare l'acquisto di capi d'abbigliamento. Sarebbe interessante implementare il concetto di 'cross-over': privilegiare la presentazione, di capi d'abbigliamento, gioielleria, occhialeria presso un unico punto vendita, senza una divisione per tipo di

articolo. Ciò permetterebbe di presentare un ‘brand integrato’ a favore dell’Italia, puntando sulle numerose categorie di prodotti italiani d’eccellenza.

Infine, il Belgio come gli altri Paesi ha subito gli effetti della crisi economica mondiale, anche se la clientela che apprezza la moda continua a spendere. Si osserva, tuttavia, un trend di **‘less is more’** del volume degli acquisti. Se in passato il cliente comprava più capi presso un negozio di abbigliamento, ora ne acquista solo uno. Si noti anche che sondaggi effettuati presso il settore della moda hanno evidenziato che, le case produttrici italiane per donna offrono spesso delle taglie troppo ridotte per il mercato belga. Bisognerebbe, dunque, prevedere delle misure più adatte alle esigenze dei consumatori belgi.

Realizzato da Jan De Beenhouwer, Trade Analyst beni di consumo

## 4. PRINCIPALI FONTI

### *ELENCO*

#### CREAMODA

Leliëgaarde, 22  
1731 Zellik  
tel : 02/238.10.11  
fax : 02/238.10.10  
[info@creamoda.be](mailto:info@creamoda.be)

#### FEDIS

Avenue Edmond Van Nieuwenhuysse, 8  
1160 Bruxelles  
tel : 02/788.05.00  
fax : 02/788.05.01  
[info@fedis.be](mailto:info@fedis.be)

#### CCECRB

Av. de la Joyeuse Entrée, 17 - 21  
1040 Bruxelles  
tel : 02 233 88 50  
fax : 02 233 89 12  
[mail@ccecrb.fgov.be](mailto:mail@ccecrb.fgov.be)

#### BNB

Boulevard de Berlaimont 14  
1000 Bruxelles  
tel : 02 221 21 11  
fax : 02 221 31 00  
[info@nbb.be](mailto:info@nbb.be)

#### Conseil Central de l'Economie

Avenue de la Joyeuse Entrée  
1040 Bruxelles  
<http://www.ccecrb.fgov.be/>

#### Fedustria

Allée Hof-ter-Vleest, 5/1  
1070 Bruxelles  
T : +32 (0)2 528 58 11  
F : +32 (0)2 528 58 29  
[info@fedustria.be](mailto:info@fedustria.be)  
[www.fedustria.be](http://www.fedustria.be)