«Account»
«At_the_attention_of»

«Letterhead»,

Graag nodigen wij u of een afgevaardigde van uw organisatie van harte uit voor het kick-off evenement voor het realiseren van de propositie Life Style op dinsdag 31 maart van 09.00 tot 12.00 uur bij Nederland Distributieland (NDL/HIDC), Louis Pasteurlaan 6 (Zoetermeer.

De afgelopen periode hebben wij, samen met Dinalog, in opdracht van de Topsector Logistiek, proposities met betrekking tot de sector Life Sciences en de thema's E-commerce en Service Logistics gerealiseerd. Samen met onze leden en met andere partners binnen de buitenlandpromotie hebben we door middel van bijeenkomsten en gesprekken veel informatie verzameld aan de hand waarvan wij onderstaande proposities hebben kunnen maken.

De komende periode realiseren wij de propositie voor de sector Life Style, zodat alle Nederlandse acquisitiepartners in de toekomst ook binnen deze sector met dezelfde boodschap werken, waarbij ieder zelf de gewenste accenten kan leggen. Vervolgens zal een actieplan gedefinieerd worden. Wij geven graag iedereen de gelegenheid een bijdrage aan zowel de proposities als het actieplan te leveren en organiseren daarom, in verschillende samenstellingen, diverse bijeenkomsten voor stakeholders (regio's, facilitators en logistieke dienstverleners). Tijdens deze bijeenkomsten vragen wij uw input voor de sector Life Style.

Graag vernemen wij uiterlijk 23 maart wie er aanwezig zal zijn door middel van een email naar Justine ten Hoorn, j.tenhoorn@ndl.nl.

Wij hopen van harte u de 31^{e} te mogen verwelkomen.

Met vriendelijke groet,

Remco Buurman
Algemeen Directeur

Kick-off bijeenkomst life style

dinsdag 31 maart 2015, 09.00 – 12.00 uur

SADC	L. Boerman	
Provincie Noord-Brabant	W. Brinker	
EVD, Netherlands Foreign Investment Agency	A. van der Kruk	
Gemeente Tilburg	N.C.R.M. Mengede	
Port of Twente	M. van Onna	
Dinalog	L. Staps	
Gemeente Haarlemmermeer	M. Tanriverdi	
EVD, Netherlands Foreign Investment Agency	P. Veenendaal	
Invest in Utrecht	J. Zuidema	

NDL/HIDC

Kick-off
Life Style

Regios
31 maart 2015



1

Agenda

9.00 – 9.15	Ontvangst
9.15 – 9.30	Voorstelronde
9.30 – 9.45	Presentatie Remco – update buitenlandpromotie logistiek
9.45 – 10.00	Presentatie Mathijs – tax effective supply chain Case Life Style
10.00 – 10.30	Groepsessie: SWOT Life Style
10.30 – 11.15	Bespreken uitkomst groepsessie
11.15 – 12.00	Input Actieplan (plenair)
12.00	Einde

2

Uitgangspunten buitenlandpromotie

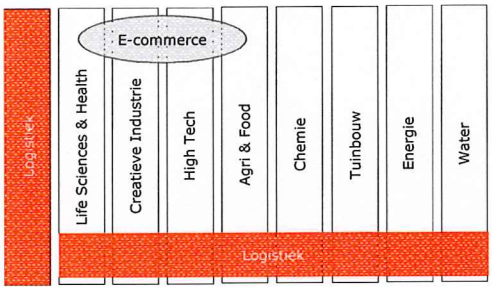
- Integrale aanpak
  - Investeringen
  - Ladingstromen
  - Kennisexport
- Sector- en themagericht
  - Relatie naar topsectoren
  - Logistieke thema's
- Cofinanciering
  - Vanuit bedrijfsleven
- Projectmatig
  - Meerjarige werkpakketten
- Logistieke Promotie Koffer
  - Service strategische reisagenda



Bron: Programma Buitenlandpromotie Logistiek 2014-2015

3

Topsectoren



4

"Logistieke Promotie Koffer"

Vraagbaak voor iedereen die logistiek promoot

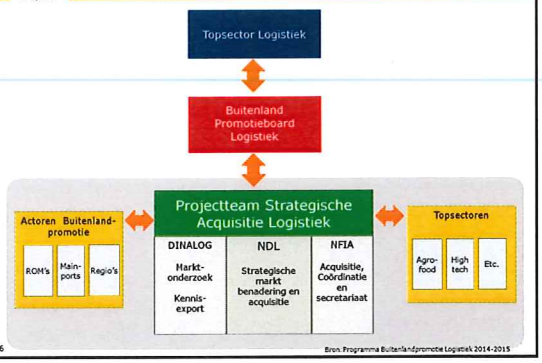
- Heldere propositie Nederland Logistic Hub
- Proposities voor sectoren, regio's en thema's geleidelijk aanvullen
- Toegankelijk voor verschillende expertiseniveaus
- State-of-the-art applicatie
- Gebruik maken van bestaande informatie bij NDL/HIDC, Dinalog, mainports, regio's, partners





5 5

Organisatie buitenlandpromotie



Bron: Programma Buitenlandpromotie Logistiek 2014-2015

6

Proposities

- Life Sciences& Health
- E-commere
- Service Logistiek

Download: www.ndl.nl/proposities/






7

Opbouw proposities

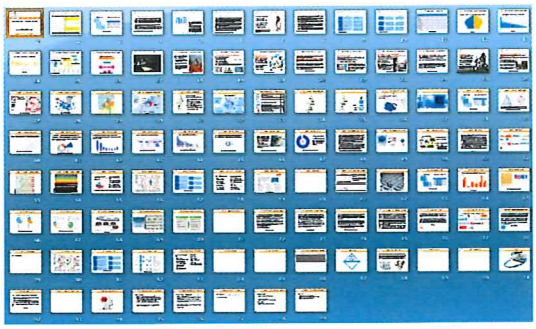
Mondiaal
Trends & ontwikkelingen | Facts & figures

Europa
Trends & ontwikkelingen | Facts & figures

Buitenlandse verlader
Europese supply chain uitdagingen ⇔ Nederlandse competenties

8

Living document



9

Actieplan

	LS&H	E-commerce	Service logistics
Q1:	•SIG		• SIG: Case & netwerk ontwikkeling
Q2:	•BIO – US •CMEF - China	•SIG •Global E-commerce Summit - Spanje	• ESLA (DE)
Q3:	•SIG		• Pilot development
Q4:	•Medica - Duitsland	•SIG	
Nog te plannen activiteiten:	Top 4 landen: •US •China •India •Japan	Top 2 landen: •US •China	Top landen: • Duitsland • US • Zuid Afrika (?)
Stakeholder reizen:	US en China		

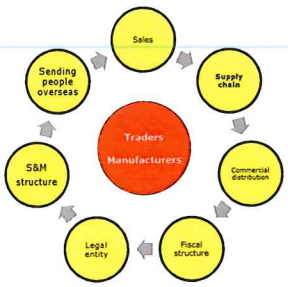
10

Agenda

9.00 – 9.15	Ontvangst
9.15 – 9.30	Voorstelronde
9.30 – 9.45	Presentatie Remco – update buitenlandpromotie logistiek
9.45 – 10.00	Presentatie Mathijs – tax effective supply chain Case Life Style
10.00 – 10.30	Groepsessie: SWOT Life Style
10.30 – 11.15	Bespreken uitkomst groepsessie
11.15 – 12.00	Input Actieplan (plenair)
12.00	Einde

11

Internationalisering en de supply chain



12

NDL/HIDC

Trade compliance? Stock? Transport? Returns process? Incoterms? Where is my order? European presence ? multiple store seasons? Direct taxes? Indirect taxes? Only large order quantities? Which activities to outsource? Customs? Differentiator? Cash flow and working capital? Indirect taxes? Difficult to deal with? Location of inventory Competitive pricing? Order-to-cash cycle? store replenishments? Order lead time?





13

NDL/HIDC

Road map for entry to the EU market

1) Understanding the market:
- ✓ Market size
- ✓ Market structure
- ✓ Country differences & cultures
- ✓ Language implications

2) Regulatory environment:
- ✓ Labor laws
- ✓ Patents
- ✓ Export/import

3) Setting a clear business strategy:
- ✓ Sales & Marketing plan
- ✓ Route to market and sales channels

Logistics = business enabler
Logistics ≠ business driver

4) Design a flexible and efficient operational structure:
- ✓ Distributors
- ✓ Logistics
- ✓ Own organization

14

NDL/HIDC

5 common models for distribution into Europe

1. Production → Consumer
2. Production → Distribution Centre → Shop / Consumer
3. Production → Distribution Centre → Shop / Consumer
4. Production → Distribution Centre → Shop → Consumer
5. Production → Distribution Centre → Shop → Consumer

1. **Direct delivery** – Often for unique custom made products
2. **Combination centers** – Stores and on-line customers serviced from same facility
3. **Dedicated centers** – Stores and on-line customers serviced from separate locations
4. **Store distributed** – on-line customers are serviced from stores
5. **Hybrid model** – Combination of the above strategies based on geography, SKU segment (type or velocity)

15

NDL/HIDC

Netherlands: Fashion Gateway to Europe

The Netherlands combines a creative and cosmopolitan atmosphere with a world class logistics infrastructure, In all aspects – whether it is design, sales and marketing, distribution, or a flexible, well-educated workforce.

Holland is rapidly developing into the fashion and apparel gateway to Europe. With more then 1,300 fashion designers, the Netherlands is home to some of the best design schools, such as the Design Academy Eindhoven, the Arnhem Academy of Art & Design and the Amsterdam Fashion Institute.



16

NDL/HIDC

Some name dropping.....

FOREVER 21
stella & dot
droog
G-STAR RAW DENIM
marlies|dekkers
SUPERTRASH
Abercrombie & Fitch
claire's
SUIT supply
crocs
NIKE
Foot Locker
UNDER ARMOUR
BOSS HUGO BOSS
GAP

17

NDL/HIDC

Case Life Style



Started in 1998, headquartered in Atlanta, GA, SPANX® is available worldwide in more than 50 countries, offers more than 200 products ranging from slimming apparel and swimsuits, to bras, active wear and men's undershirts.

In March of 2012, Founder Sara was named the world's youngest, self-made female billionaire by Forbes Magazine and one of TIME's 100 Most Influential People.

25.000 sku's

2012:
Spanx has been shipping directly to Distributors in Europe (Germany, Netherlands, Spain, the UK and Italy) for the past 8 years, who in turn ship to retailers in the EU.

DC in Germany, which will fulfill e-commerce business.

In need for a DC to fulfill retail business needs.

Business with el Corte Ingles, Galerie Kaufhof, Harrod's, Palmers and other retailers throughout Europe and want to expand this business.

18

Case Life Style



SPANX
BY SARA BLAKELY

Transition of business in Europe in two stages:

1. Ship direct to distributors- continuation of current model, where distributors in each country submit orders and warehouse would pack bulk and ship direct to distributors throughout Europe.
2. Ship direct to retail customers in the EU- this would involve shipping directly to retail customers in the EU.

Requirements:
- Verifiable inventory control methods
- Complete receipt process and order fulfillment process
- Additionally EDI or other file transfer method. Some customers who wish to order in a manual fashion, would like to be able to serve these customers as well
- Product will require rework prior to shipping to retail partners to the specifications of the retail partner in each country, so an understanding of retail routing guides and requirements would be required

19

Presentatielijn Life Style

- Generieke propositie
- Sectorkenmerken/schets
  - (Sub)sectoren en segmentering
    - Definitie & indeling
  - Trends- & ontwikkelingen
  - Facts & figures
  - Uitdagingen
- Schets Nederland
  - Clusters
  - Brancheorganisaties
  - Onderwijs
  - Evenementen
  - Heatmap
  - Verladers
  - Logistieke spelers
  - Topsector Creatieve Industrie
- Regionale proposities
- Focus subsectoren
  - Subsector kenmerken/schets
    - Fashion
    - Apparel
    - Footwear
  - Trends & ontwikkelingen
  - Facts & figures
  - Uitdagingen
  - Regelgeving & compliance
    - Anti-dumping
  - Indirecte belastingen specifiek
    - Customs duties
    - BTW
  - Supply chain karakteristieken
    - Seizoenen
    - Sourcing
    - Sampling
    - Retail
    - GOH
    - Flatpack
    - E-commerce/M-commerce
    - Visibility/RFID
    - VAL
      - Rework
      - Reconditioning
      - Labeling
    - After sales
  - Case study
  - Referenties
  - Uitdagingen verlader versus competenties Nederland
  - Kennisontwikkeling

20

Agenda

9.00 – 9.15	Ontvangst
9.15 – 9.30	Voorstelronde
9.30 – 9.45	Presentatie Remco – update buitenlandpromotie logistiek
9.45 – 10.00	Presentatie Mathijs – tax effective supply chain Case Life Style
10.00 – 10.30	Groepsessie: SWOT Life Style
10.30 – 11.15	Bespreken uitkomst groepsessie
11.15 – 12.00	Input Actieplan (plenair)
12.00	Einde

21

Leading experts

- Wat zijn de leading experts die we in ieder geval moeten spreken om een goede propositie en actieplan voor Life Style op te stellen?

22

Input actieplan

- In welke landen liggen de beste kansen voor het aantrekken van investeringen, aantrekken ladingstromen, kennisexport op het gebied van Life Style?

23

Input actieplan

- Op welke events liggen de beste kansen voor het ontwikkelen van een relevant internationaal netwerk op het gebied van Life Style?

24

Input actieplan

- Hoe kunnen we het best komen tot een lijst van bedrijven, waarbij de propositie voor Life Style in ieder geval bekend moet zijn?

25

Input actieplan

- Welke andere activiteiten moeten volgens jullie ondernomen worden in het kader van het actieplan Life Style?

26

Follow up

- Congres Topsector Logistiek "Mapping the future of logistics"
- Individuele gesprekken
- Slotbijeenkomst (week 21)

27