

MAGAZINE VOOR INTERNATIONAAL ONDERNEMEN

wereld

wijs

107
4\2018



**Japanse Kaneka wint
Foreign Investment of the Year Trophy 2018**

Japan: waar de eindmeet verder ligt, maar de aanhouder wint



04

Zakendoen in Japan



11

In gesprek met **Kaneka**

en verder ...

3 Edito \ **8** Marktinformatie \ **10** Intussen... \ **24** Brolis: van rijzende ster in Litouwen tot prijsbeest in Vlaanderen \ **26** In beeld: de Foreign Investment Trophy \ **28** 17e editie Leeuw van de Export \ **30** Vlaams-Nederlandse Handelsdag \ **31** Hoe vindt u een buitenlandse zakenpartner, en hoe gaat u ermee om? \ **34** Kalender

“Proficiat Pfizer, Kaneka en Brolis Semiconductors!”

Beste lezer,

Vorige maand kon u het uitgebreide verhaal lezen van Pfizer in Vlaanderen, waarvoor ze de Lifetime Achievement Trophy 2018 wonnen. In deze editie stellen we u de twee andere winnaars op de Foreign Investment Trophy voor, ons jaarlijkse event waarop we buitenlandse investeerders in onze regio in de bloemetjes zetten. De Japanse chemiespeler Kaneka haalde de jury, het grote publiek en de aanwezigen in de zaal over om voor zijn investering te kiezen en nam zo de Foreign Investment of the Year Trophy 2018 huiswaarts. Ook nieuwkomers belonen we graag voor hun beslissing om zich hier te vestigen. Het Litouwse Brolis Semiconductors zal het goed doen in Gent, daar twijfelen we niet aan!

In het najaar – in september om precies te zijn – bekronen we dan weer de meest indrukwekkende exportresultaten van een Vlaamse onderneming met een Leeuw van de Export. Loopt uw internationalisering sowieso goed, maar steekt 2017 er op dat vlak met kop en schouders bovenuit? Dan zou u weleens in aanmerking kunnen komen voor deze ondertussen felbegeerde award. Om deel te nemen wordt het stilaan tijd om de eerste stappen te zetten. Verderop leest u welke dat zijn.

Misschien overweegt u nog maar pas de opstart van een buitenlandse activiteit? Of wil u nieuwe markten verkennen met uw product of dienst. Dan hebben we maar één antwoord: kom naar onze Exportbeurs in juni. Alle belangrijke spelers zullen daarop aanwezig zijn. Geloof ons, als u uw exportplannen serieus neemt, wil u deze vakbeurs niet missen! Hopelijk mogen we er ook u verwelkomen.



Veel leesplezier.

Claire Tillekaerts
Gedelegeerd bestuurder
Flanders Investment & Trade

Colofon

Wereldwijs is een uitgave van

Flanders Investment & Trade

Koning Albert II-laan 37
1030 Brussel
T 02 504 87 11
www.flandersinvestmentandtrade.be
wereldwijs@fitagency.be
 www.linkedin.com/company/20796
 twitter.com/FlandersTrade

Verantwoordelijke uitgever:

Claire Tillekaerts
Koning Albert II-laan 37
1030 Brussel

Redactie:

Flanders Investment & Trade,
bijgestaan door Com&Co,
bureau voor contentcreatie en -strategie.

Foto's: imagedesk.be, Luk Monsaert en Shutterstock

Lay-out en druk: Vanden Broele Productions

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.





Foreign Investment of the Year Trophy 2018 gaat naar Japanse Kaneka!

Misschien doet de naam Kaneka geen belletje rinkelen, maar we durven te wedden dat u minstens één product in huis heeft waarin hun producten zijn verwerkt. Uw bankkaart bijvoorbeeld, of de doe-het-zelf-afdichtingskit, tot zelfs de bumper in uw wagen. Inwoners van Westerlo-Oevel kennen het chemiebedrijf dan wellicht weer wel, aangezien het er al 44 jaar is gevestigd.

In zijn fabriek in Westerlo-Oevel produceert Kaneka hoogwaardige en duurzame 'specialty chemicals' voor functionele en geschuimde kunststoftoepassingen in de automobiel-, de bouw- en de verpakkingindustrie en de doe-het-zelfsector. Opgedeeld in drie verschillende productie-eenheden worden op hoogtechnologische wijze impact modifiers (slagvastheidsverbeters), geëxpandeerde polyethyleen en polypropyleen schuimdeeltjes, en gemodificeerde siliconen (MS)-polymeren vervaardigd. Binnen de b2b-omgeving waar Kaneka actief is, worden alle drie producten als dé marktreferentie beschouwd.

In 2017 investeerde Kaneka 34 miljoen euro in een nieuwe MS-polymeerproductielijn voor de vestiging in Westerlo-Oevel. Dat zijn vloeibare polymeren die worden ingezet als basismateriaal voor elastische lijm- en voegkiten en coatings.

Dankzij de excellente hechtingseigenschappen zijn ze in vele sectoren toepasbaar. Bovendien bevatten de Kaneka MS-polymeren geen oplosmiddelen en beantwoorden ze hiermee perfect aan de strengste emissienormen. Wanneer de nieuwe productielijn eind 2018 in dienst zal worden genomen, mag Kaneka Belgium zich de grootste MS-polymeerfabriek van Kaneka wereldwijd noemen.

Daarnaast komt ook moderne infrastructuur om opslag en scheepslossingen van de hoofdgrondstof mogelijk te maken. Een investering die niet alleen 20 bijkomende jobs zal opleveren, maar Kaneka ook de Foreign Investment of the Year Trophy 2018 bezorgt. Enkele dagen na de prijsuitreiking sprak onze gedelegeerd bestuurder, Claire Tillekaerts, met Jean Vandael, Plant General Manager van Kaneka Belgium.

Onverwachts

Claire Tillekaerts: "Nogmaals een welgemeende proficiat! Hoe is de overwinning onthaald?"

Jean Vandael: "We hebben vele felicitaties gekregen, erg fijn! Ook het enthousiasme van onze medewerkers doet deugd. Je merkt dat deze titel toch voor een zekere dynamiek heeft gezorgd in het bedrijf. Na onze jaarlijkse productiestop volgende week gaan we dit gepast vieren."

Claire Tillekaerts: "Op het podium grapte Katsutoshi Shichijo, President van Kaneka Belgium, dat hij zonder trofee niet meer naar Japan hoefde terug te keren. Was de Japanse top echt zo betrokken?"

Jean Vandael: "Onze voorzitter van de raad van bestuur en CEO waren inderdaad benieuwd en volgden de uitslag op de voet. Al van bij onze

nominatie toonde ons moederbedrijf zich bijzonder trots. Toen het grote publiek online kon stemmen voor zijn favoriet, hebben we die ronde wereldwijd uitgerold. Want voor ons was deze nominatie niet alleen een hele eer, we zagen het ook als de ideale gelegenheid om onze merkbekendheid een duw in de rug te geven. Wat voor een b2b-bedrijf als het onze doorgaans minder evident is.”

Onverwachts

Claire Tillekaerts: “De kandidaten waren stuk voor stuk mooie kanshebbers. Waarom heeft Kaneka het volgens jou gehaald?”

Jean Vandael: “Ik kan hier alleen maar gissen, maar dat we met deze investering niet alleen onze productie uitbreiden, maar ook iets terugdoen voor het milieu, zal wel een rol hebben gespeeld. Zo zullen we eveneens een loskade voor schepen aanleggen, waardoor we de hoofdgrondstof voor onze MS-polymereen via het water kunnen aanvoeren. Door over te schakelen van weg- naar binnenvaarttransport haalt Kaneka jaarlijks 900 ADR-vrachtwagens van de Vlaamse wegen. Die shift in transport zal ook onze supply chain stroomlijnen, wat opnieuw zorgt voor kostenbesparingen en ecologische voordelen. Daarnaast zal ook onze inzet op R&D-vlak, onder meer door samenwerking met

VITO en imec, hebben geïllustreerd dat we een ruimer verhaal dan louter productie brengen. Tot slot heeft misschien ons oprechte enthousiasme de avond zelf nog wat aanwezig over de streep getrokken? Want ook zij konden nog hun stem uitbrengen.”

\\ Door over te schakelen van weg- naar binnenvaarttransport haalt Kaneka jaarlijks 900 ADR-vrachtwagens van de Vlaamse wegen \\

Troeven en werkpunten

Claire Tillekaerts: “Dit jaar viert Kaneka 44 jaar aanwezigheid in Vlaanderen. Weet je nog waarom toen is gekozen voor Westerlo?”

Jean Vandael: “Dat dateert van ver voor mijn tijd, maar ik vermoed dat die redenen nog altijd min of meer dezelfde waren als vandaag. Namelijk: de strategische ligging van Vlaanderen binnen Europa, de logistieke mogelijkheden, de nabijheid van het Albertkanaal, de haven van Antwerpen en de luchthavens. En last but not least, het hoogopgeleide talent dat hier ruimschoots aanwezig is.

Daardoor konden we uitgroeien tot een leidende vestiging binnen de groep.”

Claire Tillekaerts: “Ondertussen woedt de war for talent overal hevig, ook in de chemiesector. Slagen jullie er nog altijd in om vacatures snel en goed in te vullen?”

Jean Vandael: “Geknipte kandidaten vinden wordt inderdaad een pijnpunt. Soms duurt het maanden voor we bepaalde schaarse profielen hebben gevonden. Ik denk dan met name aan ingenieurs instrumentatie en productie-operatoren. Daarom zien we veel potentieel in het duaal leren. Zo verwelkomen we vele stagiairs uit het zevende jaar procestechnieken. Die zijn doorgaans erg gemotiveerd en tijdens de stages leren wij hen goed kennen én omgekeerd. Nadien weet iedereen goed waaraan zich te verwachten.”

Voetje voor

Claire Tillekaerts: “Was het voor de bekroonde investering meteen duidelijk dat die naar de Vlaamse vestiging zou gaan? Of waren er nog andere gegadigden?”

Jean Vandael: “Het ging tussen ons en Kaneka in Houston. Los van de normale criteria – een goede controle van de kostenstructuur enzo voort – hadden we een voorsprong, omdat de verkoop van MS-polymeer zo sterk is gestegen



—ID—

Bedrijf: Kaneka Belgium

Sector: chemie

In Vlaanderen sinds: 1970, eerste commerciële activiteit in 1974

Omzet in 2017:
± 291 miljoen euro

Aantal medewerkers in Westerlo-Oevel: 311

in Europa. We bevoorraden immers de volledige EMEA-regio vanuit Westerlo-Oevel. Bovendien werken we uitstekend samen met klanten om nieuwe toepassingen te realiseren, wat mogelijkheden voor de toekomst schept.”

Verandering naar een smart plant

Claire Tillekaerts: “Door de investering wordt deze fabriek Kaneka’s grootste productiesite voor MS-polymeren. Is daarmee het plafond bereikt?”

Jean Vandael: “Verre van! Deze investering kadert in een ruimer investeringsprogramma van 90 miljoen euro, gespreid over 3 jaar. Daarmee wil Kaneka de site in Westerlo-Oevel duurzaam en innovatief uitbouwen met onder meer nieuwe productie-installaties, een R&D-centrum, nieuwe processoftware en een vernieuwing van de site-infrastructuur.

Je mag gerust stellen dat we hier momenteel door een grote transformatie gaan. Eentje waarin de rol van onze eigen R&D aan belang zal winnen. Want alleen zo kunnen we beantwoorden aan de lokale noden waar we potentieel in zien. Japan werkt immers op het grotere plaatje: zij introduceren de nieuwe producten en toepassingen, zij sleutelen aan de producten. Wij helpen onze klanten met nieuwe toepassingen en dat kan enkel door onze R&D op te drijven. Zo zullen we de ommezwaai maken van productleverancier naar aanbieder van innovatieve totaaloplossingen. Neem bijvoorbeeld de trend binnen de automobielsector naar het stijgend gebruik van geavanceerde kunststoffen om zo tot steeds lichtere voertuigen te komen. Dat is noodzakelijk om de uitstoot van de conventionele voertuigen te beperken of de belasting bij elektrische voertuigen te doen dalen. Zo is het potentieel voor Kaneka-producten binnen deze sector enorm. We gaan als het ware al deze technologieën samenbrengen in een geïntegreerde totaaloplossing.”

\\ **Deze investering kadert in een ruimer investeringsprogramma van 90 miljoen euro, gespreid over 3 jaar** \\

Tweerichtingsverkeer

Claire Tillekaerts: “Deze fabriek is een lead plant binnen Kaneka. Op welk vlak kijkt de groep vooral naar jullie?”

Jean Vandael: “Eerst en vooral leren alle Kanekavestigingen van elkaar, we hebben allemaal

onze sterktes. Wij staan verder op het vlak van automatiseren. Dat moet ook, want daardoor kunnen we competitief blijven en is de impact van onze hoge loonkosten relatief beperkt. We stomen onze fabriek klaar voor de Industrie 4.0, iets waarvoor Japan naar Europa kijkt.

Claire Tillekaerts: “Welke verschillen zijn er nog?”

Jean Vandael: “Ook het huizenhoge belang dat wij hechten aan energiebesparing is typisch voor Europa. Met imec voeren we bijvoorbeeld al sinds 2009 een onderzoek om de effectiviteit van zonnepanelen te verhogen. Zo behaalde Kaneka Corporation in 2017 een wereldrecord energieconversie-efficiëntie waarbij 26,63% van de zonne-inval kan worden omgezet in energie. Een serieuze krachttoer, want in theorie ligt de limiet op 30%. Ook hebben we sinds het behalen van het ISO50001-certificaat in 2012, 35% bespaard op ons primaire energieverbruik: dat is de hoeveelheid energie die nodig is om 1 ton product te maken.

Lean & Green

Claire Tillekaerts: “Bij het binnenkomen zag ik inderdaad, naast de Foreign Investment of the Year Trophy 2018, ook de Lean & Green-award. Wat houdt die precies in?”

Jean Vandael: “Om in aanmerking te komen voor het ‘Lean & Green’-certificaat moesten we de CO₂-emissies van onze transport- en logistieke activiteiten in kaart brengen. Vervolgens dienden we een uitvoerig plan van aanpak in bij VIL om die uitstoot met minstens 20% te verminderen binnen een periode van 5 jaar. En daarvoor zijn we begin februari bekroond.

De transformatie waarin ons R&D-center aan belang wint, dient ook ‘groene’ polymeren in de markt te zetten. Die worden vervaardigd op basis van plantaardige olie en fermentatie, helemaal in lijn met de circulaire economie. Kaneka kan hier een unieke positie in de markt nastreven – er is nog geen enkele speler die biologisch afbreekbare polymeren via fermentatie met een commerciële zuiverheidsgraad op een industriële schaal produceert.”

Carrière voor het leven

Claire Tillekaerts: “Hoe sterk verschilt jullie manier van zakendoen met die van Japan?”

Jean Vandael: “Verbazingwekkend weinig, er bestaat echt zoiets als de ‘Kaneka-way’. Daarmee bedoel ik dat we wereldwijd ontzettend veel belang hechten aan het opbouwen van langdurige relaties en vertrouwen. Partnerships staan centraal. We hanteren allemaal een sterk doorgedreven serviceverlening. Als een klant problemen heeft, gaan we werkelijk tot het uiterste

om te helpen, gratis en de klok rond.

Bovendien hebben we ook een sterke loyaliteit gemeenschappelijk. Zo bestaan we hier 44 jaar en een anciënniteit van 40 jaar en meer bij onze medewerkers is niet zo uitzonderlijk. We kennen een superlaag verloop, wat haast niet meer van deze tijden is. Daarmee doe ik ook een warme oproep om te solliciteren, want onze investering levert weliswaar 20 bijkomende jobs op, maar we moeten ook opvolgers vinden voor onze collega’s die met pensioen gaan.”

\\ **Onze investering levert weliswaar 20 bijkomende jobs op, maar we moeten ook opvolgers vinden voor onze collega’s die met pensioen gaan** \\

Dreamology

Claire Tillekaerts: “Tot slot, met een baseline als ‘The Dreamology Company – Make your dreams come true’ kan een vraag daarover niet uitblijven. Wat betekent dit voor jullie?”

Jean Vandael: “Dreamology is een samensmelting van ‘dream’ en ‘technology’. Het woord op zich bestaat niet, maar we hebben er wel een patent op genomen. We willen aangeven dat je bij Kaneka je dromen kan realiseren. Dat we continu de grenzen van het technologisch haalbare willen en kunnen verleggen. Daardoor hebben we onze unieke producten op de markt. Het is een reminder dat we nooit mogen stoppen met innoveren. Dat we ook af en toe falen hoort erbij, maar dan is het zaak om oplossingen te zoeken.”

WIL U MEER WETEN OVER DE BUITENLANDSE TOPINVESTEERDERS IN VLAANDEREN?

Check www.foreigninvestmenttrophy.be.

Geregeld bundelen onze Vlaamse Economische Vertegenwoordigers (VLEV's) de lokale zakenopportunities in overzichtelijke marktstudies.

U kan ze allemaal lezen en downloaden op www.flanderstrade.be, onder de rubriek 'Landen'.

Marktinformatie

Smart Cities in Frankrijk

De urbanisatietrend zorgt voor nieuwe uitdagingen in en rond steden. Franse metropolen en gemeenten zoeken naar nieuwe economische en sociale modellen. Daarnaast trachten ze via ICT het leven van de inwoners te verbeteren. Deze inleidende studie schetst een algemeen beeld van de Franse Smart City-markt en gaat eveneens dieper in op de verschillende organisaties die een sleutelrol spelen.

De Peruaanse biermarkt

Dit overzicht schetst de verschillende aspecten van de Peruaanse biermarkt: de belangrijkste spelers, de populaire merken en de buitenlandse bieren. Zo is in de laatste jaren het totaalvolume geïmporteerde bieren gegroeid. Tegelijkertijd stijgt de populariteit van lokale artisanale bieren.

Handleiding voor het invullen van formulier W-8 BEN & W-8 BEN E

Niet-Amerikaanse personen zijn onderworpen aan de Amerikaanse inkomstenbelasting. Het dubbelbelastingverdrag dat België heeft met de VS kan eventueel wel tot een vermindering leiden van het belastingtarief. Om daarop aanspraak te maken moet het formulier W-8 BEN of 'Certificate of Foreign Status of Beneficial Owner for United States Tax Withholding and Reporting' door buitenlandse particulieren worden ingevuld en overgemaakt aan de 'US payer' of aan de 'withholding agent'. FIT biedt u een praktische handleiding om in dit kluwen van formulieren uw weg te vinden. U vindt er instructies voor het invullen van het W-8 BEN-formulier voor particulieren en het W-8 BEN E-formulier voor entiteiten.

Food Service - Out-of-Home-markt in Duitsland

De private out-of-home-consumptie van voeding wint in Duitsland steeds meer aan populariteit. Volgens de organisatie van de Duitse voedingsindustrie is de out-of-home-markt, na de voedingsdetailhandel, het op een na belangrijkste verkoopkanaal voor de voedingsindustrie geworden. Verwacht wordt dat dit marktsegment nog zal groeien. Daarom bracht ons kantoor in Keulen deze evoluties in kaart.

Labour market in Poland

Deze studie schetst de markt en opportuniteiten van Polen. Met een bbp-toename van 3,5% in 2016 en 4,2% in 2017, is Polen een van de topgroeiers van de EU. In de industrie, bouw, handel, reparatie, transport, opslag en communicatie zijn de meeste jobs bijgekomen in 2016 en 2017 (ongeveer 37%). De arbeidsmarkt in zakelijke dienstverlening ontwikkelt zich het snelst van de Poolse economie en genereert het grootste aantal banen. Op het vlak van buitenlandse investeringen en handel zijn de auto- en elektronische sectoren, R&D, IT, biotechnologie en voeding de meest veelbelovende industrieën.

De Tech Sector in het Verenigd Koninkrijk: Opportuniteiten en Clusters

Als het over technologie gaat, blijft het VK de Europese pionier in het aantrekken van investeringen, talent en in het faciliteren van groei. In 2016 slaagde het VK erin om maar liefst 6,8 miljard pond aan durfkapitaal- en private equity investeringen aan te trekken. Een cijfer dat 50% hoger ligt dan eender welk ander Europees land. Londen alleen al heeft in de afgelopen jaren meer investeringen aangetrokken dan Parijs, Berlijn en Amsterdam gecombineerd.

Ook de rest van het VK heeft veel te bieden. Zo is het maar weinig bekend dat 75% van de digital tech-bedrijven buiten Londen zijn gevestigd, en dat 4,5 miljard pond van de 6,8 miljard pond is geïnvesteerd in regionale clusters buiten Londen. Dit tech-vriendelijke ecosysteem brengt veel opportuniteiten met zich mee, ook voor Vlaamse start-ups en scale-ups. Deze paper biedt een overzicht van de belangrijkste technologieclusters in het VK.

Download alle marktstudies op www.flanderstrade.be

Intussen ...

Voor een Deens offshore windpark in de Baltische zee installeerde **Jan De Nul** alvast de twee funderingen van de hoogspanningsstations. En ook in Duitsland en Taiwan haalde de groep mooie deals binnen voor de bouw van windmolenparken op zee. In het Franse Cannes gaat de baggeraar dan weer het strand verbreden ter hoogte van de beroemde Croisette.

Het Herentalse bouwbedrijf **Groep Heylen** gaat in het Nederlandse Almelo een magazijn bouwen voor VTech. Het zal worden uitgebaat door een Brits-Nederlandse logistieke partner van de Chinese speelgoedgigant en zal de vier andere magazijnen van VTech op Europese bodem vervangen.

Het Franse Intima Magazine verkoos PrimaDonna van lingeriegroep **Van de Velde** voor het tweede jaar op rij tot best verkopende merk. Het merk kreeg de meeste stemmen toebedeeld in een enquête bij 350 zelfstandige winkeliers in het VK, Spanje, Italië, Frankrijk en Duitsland.

6

6 start-ups – **Twikit, Ontoforce, Beeple, Arco, Yields** en **Hashting** – nemen deel aan de eerste editie van de Flanders New York Accelerator (FNYA), dat Vlaamse bedrijven een vliegende start wil geven op de Amerikaanse markt. Concreet krijgen ze van hun mentoren een intensieve, individuele begeleiding om hun go-to-marketstrategie op punt te stellen. FNYA is een samenwerking tussen FIT, imec en de toonaangevende New Yorkse Entrepreneurs Roundtable Accelerator.

Japan

Waar de eindmeet verder ligt,
maar de aanhouder wint

Things are easy when you're big in Japan, zong een stilaan vergeten popgroep in 1984. Maar groot wórdén in dat verre land in het Verre Oosten is niet op een-twee-drie gepeipt. Japan is fascinerend, en niet in het minst voor de zakenwereld. De derde economie ter wereld met 127 miljoen inwoners, waarvan 80% zichzelf tot de middenklasse rekent, spreekt tot de verbeelding van zowat elke ondernemer.



En toch bezet de Japanse grootmacht pas de 16e stek op de Vlaamse exportranglijst. "Dat is frappant, want andere niet-Europese bestemmingen als India en China halen wel vlot de top 10", zegt Dirk De Ruyver, onze Vlaamse Economische Vertegenwoordiger (VLEV) op post in Tokio. "Japan wordt bestempeld als een moeilijke exportbestemming, maar het land is niet zo gesloten als velen denken. Bovendien zullen enkele recent gesloten akkoorden de relaties met Japan flink faciliteren." Onze VLEV was maar even op bezoek in Vlaanderen, maar hij maakte graag tijd vrij om Wereldwijs te vertellen over het wel en wee van zakendoen in Japan. Hij stak van wal met heel wat goed nieuws.

Goednieuwsshow

Dirk De Ruyver: "Het vrijhandelsakkoord (VHA) dat de EU eind 2017 sloot met Japan zal een grote, positieve impact hebben op de Vlaamse export. Talloze zaken werden besproken, zowel tarifaire als niet-tarifaire handelsbarrières. Het hoogste invoertarief voor bijvoorbeeld chocolade bedraagt vandaag 29,8%. Dat wordt over 10 jaar geleidelijk naar 0% gebracht. Ook andere douanetarieven zullen met de jaren gereduceerd worden. De tariefverlagingen waren slechts het 'gemakkelijke' deel van het akkoord. Een veel complexere job was het wegwerken van de non-tarifaire barrières, die vaak een mentaliteitswijziging vereisen. In het kort heeft Japan zich bereid verklaard om meer internationale normen te hanteren, bijvoorbeeld voor het testen voor uitlaatgassen of medische toestellen. Die herziening van de toegepaste normen worden op sectorniveau bekeken, maar gaan zeer ver."

Werden er naast het VHA nog akkoorden gesloten?

Dirk De Ruyver: "Ander goed nieuws is het nieuwe bilaterale fiscaal akkoord tussen België en Japan. In de overeenkomst wordt de Japanse bronbelasting op inkomsten uit technologie – denk aan royalty's en licenties – herleid tot 0%. Vandaag is dat nog 10%. Die vrijstelling is fantastisch nieuws voor Vlaamse bedrijven die technologie exporteren naar Japan. Voor vele kmo's en start-ups is die 10% immers belangrijk: ze maken verlies door hoge onderzoekskosten, en moeten dus regelmatig kapitaal bijtanken. De bronbelasting is dan wel fiscaal aftrekbaar bij de belastingaangifte in België, maar als je geen winst maakt, ben je daar niets mee. Dit fiscaal akkoord maakt Japan dus aantrekkelijker voor Vlaamse technologiebedrijven. Het netto resultaat: extra cash voor onze Vlaamse hightech-kmo's."

\\ In Japan moet je je pr op de vrouwen afstemmen, want zij beheren het geld \\

Gestrande containers

Nog even over de niet-tarifaire belemmeringen: verschilt het Japanse importsysteem dan zo sterk van de rest van de wereld?

Dirk De Ruyver: "Ik promoot zakendoen met Japan met hart en ziel, maar soms is het een labyrint van scrupuleuze regels en gewoontes.

Zo worden we geregeld opgebeld omdat er een container 'vast' zit in een Japanse haven. Met de lading is niets mis, maar de lokale inspecteur voelt zich te onzeker om de vracht te laten passeren: hij kent het product niet, de documentatie is niet compleet. Dan schieten wij in actie: we contacteren de importeur om zo snel mogelijk uitleg te verschaffen en de juiste documenten aan te leveren.

\\ Een exportmanager die opstart in Japan moet vaak over stalen zenuwen beschikken \\

Soms passeert een lading zonder problemen de havencontrole in Osaka, maar kent ze wel problemen in de haven van Yokohama: het hangt dus bijna af van persoon tot persoon. Die inspecteurs dragen dan ook een grote verantwoordelijkheid en springen daar niet licht mee om. Talloze keren belden wij de bevoegde ministeries op om dit aan te kaarten, maar ik heb de indruk dat die niet veel gewicht in de schaal kunnen leggen. Voor de controles zijn er immers aparte agentschappen bevoegd, waar de ministeries amper vat op hebben."

Geheime ingrediënten

Dat kan gebeuren met elke lading die het land binnenkomt?

Dirk De Ruyver: "Neen, gelukkig kom je zulke kwesties meestal maar één keer tegen. Eens een product goedgekeurd wordt, zal het de volgende keren veel vlotter binnenkomen. Wij helpen bedrijven en importeurs om zich voor te bereiden. De efficiëntste manier van werken is de volgende: de Japanse importeur contacteert op voorhand de haveninspecteur, en kondigt de verwachte vracht aan. Tegelijk bespreekt hij de nodige documenten en attesten. Wanneer de lading arriveert, is de inspecteur dus al op de hoogte, en staat hij zekerder in zijn schoenen."

De Japanse importcontroles hebben de reputatie zeer rigoureuze te zijn.

Dirk De Ruyver: "Bij ladingen met farmaceutische en medische producten is dat inderdaad het geval, ook bij voeding. Alles waar certificaten bij komen kijken. Importeer je voeding, dan moet je bijvoorbeeld een extreem gedetailleerde lijst met de ingrediënten van je product kunnen voorleggen. Anders komt het er niet in. Vele

bedrijven vrezin zo om hun geheime formule prijs te geven, maar tot zo ver ik weet werd daar nog nooit misbruik van gemaakt. Het is een veiligheidscheck, de informatie wordt niet gelekt. Ook dat aspect werd besproken bij de VHA-onderhandelingen. Waarom moet Japan zo veel meer details kennen dan de rest van de wereld? De European Business Council (de Kamer van Koophandel van de EU) in Tokio houdt een witboek bij waarin Europese bedrijven hun verzuchtingen over import in Japan neerschrijven. In mijn 21 jaar bij FIT in Tokio las ik er altijd dezelfde terugkerende commentaren. Dat witboek werd integraal besproken in het VHA. Vele zaken zullen dus drastisch veranderen.”

Oninneembaar fort

Dat klinkt veelbelovend. Zijn er ook zaken die niét werden besproken in het VHA?

Dirk De Ruyver: “Zowat alle industrieën die door de overheid worden gereguleerd komen aan bod. Maar sectoren zoals de bouw hanteren ook nog eens onderling afgesproken normen, geen formele wetgeving dus. Die normen kunnen niet worden opgenomen in het VHA. Maar eerlijk: de Japanse bouwindustrie is een oninneembaar fort, daar hoeft niemand zich illusies over te maken. Wordt er al eens internationaal een tender uitgeschreven, dan gaat die zo goed als

altijd naar Japanse bedrijven. Opnieuw: geen enkele Japanse ambtenaar zal zijn nek uitsteken voor een onbekend Europees bedrijf. Bovendien vormen de administratieve vereisten vaak een hinderpaal. Zo moet de offerte uiteraard helemaal in het Japans worden opgesteld.

Ook de mentaliteit in de enorme auto-industrie was tot voor kort on-Europees. Autoconstructeurs en toeleveranciers vormen er grote groepen die elkaar traditioneel bevoorraden. Vroeger was het zeer moeilijk om daar als buitenstaander een deal te bedingen. Managers worden van het ene bedrijf naar het andere gestuurd om de groep coherent te houden. Maar de sector is de laatste tien jaar sterk veranderd. Beschikt een toeleverancier over de juiste technologie, dan kijken Japanners vandaag ook buiten de groep. Uiteraard vormt de auto-industrie een uit de kluiten gewassen hoofdstuk in het VHA.”

Kawaii

Als de Japanse bouwsector er eigen normen op nahoudt, dan mengt de overheid zich niet overal?

Dirk De Ruyver: “Neen. Soms is de Japanse wet ongelooflijk complex, maar ze is ook vaak vaag of simpelweg afwezig. De arbeidswetgeving is daar een goed voorbeeld van. Met zeer flexibele

arbeidscondities als resultaat, om het mooi uit te drukken. Qua arbeidsrelaties is de Japanse maatschappij traditioneler dan bij ons. In de grootsteden is er wel verandering merkbaar, maar vaak werkt de man er de hele dag, en is het nog altijd de vrouw die thuis voor de kinderen zorgt.

Een goede tip voor ondernemers met consumentenproducten: spreek met je promocampagnes de vrouwen aan. Zij beheren het geld, want daar heeft de man toch geen tijd voor. Daarom scoort alles wat kawaii of schattig is traditioneel goed in Japan. Dus ook een handig keukenaccessoire of een designflessenopener, zaken waarvoor een man minder snel in de buidel tast.”

Imago

Wat doet FIT nog meer, naast zorgen voor een vlottere douanedoorgang?

Dirk De Ruyver: “Naast hulplijn en steunpunt zijn wij in de eerste plaats matchmakers. Wij brengen mensen bij elkaar waarvan we vermoeden dat die elkaar zullen interesseren. Onlangs troonden we een grote bende Japanners mee naar het FIT-paviljoen op de ISM zoetwarenbeurs in Keulen. Ons netwerk in Japan telt 500 contacten in zoetwaren, waaronder 80 bedrijven die regelmatig buitenlandse beurzen bezoeken.



ken. Daarvan kregen we er 45 mee naar ons paviljoen, waar 93 Vlaamse bedrijven exposeerden. Zo'n Japanse delegatie telt makkelijk 3 à 4 inkopers per bedrijf, dit jaar was er zelfs een bij met 9. In de weken voor de beurs tastten we goed af wie in wie geïnteresseerd kon zijn. Zo hebben we 97 meetings tussen Vlaamse en Japanse bedrijven gefaciliteerd.

ISM is enorm belangrijk voor ons, want België heeft een sterk imago voor chocolade en wafels. En imago, dat is wat telt in Japan. Ooit zag ik een Japanse aankoper Belgische kaas proeven. Hij vond de smaak fantastisch, maar was absoluut niet geïnteresseerd in business. Hoe uitstekend de kaas ook is, hij zou die in Japan nooit aan de man krijgen. Waarom? We hebben er het imago niet voor."

Kan dat imago dan niet opgebouwd worden?

Dirk De Ruyver: "Toch wel: door aanhoudend sterke resultaten neer te zetten. Denk maar aan de Vlaamse hightech, onze bedrijven beginnen hier ferm faam te genieten! In Japan is imec een begrip, daar kijken ze ontzettend naar op. Ondanks het grote aantal Japanse toponderzoekers staan ze qua gedeelde intellectuele eigendom nog nergens in vergelijking met Vlaanderen. Maar ook dit beweegt: bedrijven gaan steeds meer voor open R&D en zoeken de samenwerking op. En dat kan zeker met een Vlaamse partner zijn."

\\ De Japanse regulering is niet altijd rigide. De arbeidswetgeving is er net heel flou //

Vlaamse hightech

Welke sectoren moeten zich nu aangesproken voelen?

Dirk De Ruyver: "Dat gaat erg breed. Heeft jouw bedrijf een technologie waar men in Europa enthousiast over is, dan is de kans reëel dat dat in Japan ook zo zal zijn. Qua technologie kunnen vele Vlaamse clusters Japanse bedrijven verleiden. DSP Valley is een kenniscentrum voor chips, FCA voor onze gerenommeerde cleantech, en ook de geavanceerde autocluster van Agoria heeft aan Japan een vette kluit. Op gebied van energieopslag en -efficiëntie gooien Vlaamse bedrijven er hoge ogen, zoals bijvoorbeeld REstore uit Antwerpen. Vele bedrijven staan te

springen om systemen die een efficiënter energiegebruik opleveren. Daarom overwegen we om energie tot onze focussector te promoveren."

Liggen er ook elders nog kansen voor Vlaamse ondernemers?

Dirk De Ruyver: "Er liggen opportuniteiten in de kleinste hoekjes van zowat alle sectoren. Een goede stelregel is: alles wat Japan zelf niet maakt, is potentieel interessant. De Japanse grootindustrie zit op bakken geld, en FIT zit op bakken contacten in de grootindustrie! Neem contact op met ons en waag je kans, want niet geschoten is altijd mis."

\\ Het vrijhandelsakkoord tussen de EU en Japan zal vele invoertarieven over 10 jaar naar 0% brengen //

Marktaanpak

U sprak over de complexiteit van export naar Japan. Hoe bewerk je de Japanse markt het best?

Dirk De Ruyver: "Met een agent ter plaatse of via een importeur. Je kan haast niet anders. Wil je geen distributeur, dan moet je zelf een kantoor openen in Japan, of iemand bijna full-time inzetten om vragen uit Japan te behandelen. Zelfs grote Japanse retailers zijn niet beslagen in import. Ze nemen hiervoor een gespecialiseerde firma in de arm die de contacten onderhoudt met de Vlaamse exporteur. Tenzij je in een kleine nichesector zit, is werken met een importeur heel vaak aangewezen. Wij kunnen je daarmee in contact brengen."

Hoe benader je voor het eerst een potentiële klant?

Dirk De Ruyver: "Ook dat eerste contact kan FIT faciliteren. Stuur ons een bericht en vertel waarom je bij een bepaald bedrijf wil aankloppen. Wij bekijken dat, en sturen je voorstel in het Japans door naar het bedrijf. Indien geïnteresseerd zullen die een eventuele meeting grondig voorbereiden, dus reken zeker op een drietel weken voor die belegd wordt. Komt het op die manier tot een meeting, dan zit je meteen met de juiste specialisten aan tafel. Je kan direct ter zake komen, je idee ligt centraal op tafel."

Stel dat die meeting goed verloopt, wat gebeurt er dan?

Dirk De Ruyver: "Dan begint het nog maar pas! Verwacht je in eerste instantie aan een pak vragen. Kan je de afmeting aanpassen? Kan je dat zus of zo verpakken? Ze willen het product zo in de markt plaatsen, precies op de manier waarvan zij denken dat het zal slagen. Zij hebben een idee in hun hoofd, en willen weten of je het aankan. Willen ze jouw product aanprijzen als een kostbaar goed, dan moet de verpakking er luxueus uitzien. Stijgt daardoor de kostprijs, het zij zo, die is van ondergeschikt belang. Zolang het product maar in de topmarkt zal scoren. Verwacht hen ook in je bedrijf: ze zullen ter plekke langskomen om je manier van werken te bekijken. Het voorbereidingsproces is er een van lange adem. En loopt er dan eindelijk een bestelling binnen, dan is dat meestal een kleintje, een testorder.

Op dat moment moet een exportmanager stalen zenuwen hebben. Is dat intussen nog niet gebeurd, dan haalt hij wellicht op dat moment – met die kleine bestelling – de bezorgdheid van zijn CEO op de hals. Maar kan een exportmanager de onrust en ongeduld uit de CEO-schouders wegmasseren, dan zal diezelfde CEO 5 jaar later ontzettend blij zijn dat hij heeft doorgezet. Want als je deze fase doorstaat, dan heb je aan Japan een trouwe afzetmarkt. En vergeet niet: al je concurrenten moeten hier evengoed door. Diegene die het langste volhoudt, zal aan het langste eind trekken."

Een werk van lange adem, maar de aanhouder wint.

Dirk De Ruyver: "Ja. De Japanse kneepjes leer je met de tijd. Wat ik vaak zie zijn jonge verkopers die de wereld in worden gestuurd, soms meteen naar het 'moeilijke' Japan. Het kost hen veel tijd om de lokale markt te leren kennen en om vertrouwen bij klanten op te bouwen. Oogsten ze na enkele jaren succes, dan worden ze weggepromoveerd naar een belangrijker markt. Maar met hun vertrek gaat vaak ook veel opgebouwde kennis en goodwill in Japan verloren. Japan leer je beetje bij beetje kennen, en vertrouwen komt pas met de tijd. Je persoonlijke netwerk doorgeven aan een ander is een delicate en tijdrovende oefening. Waarom denk je dat ik er zelf al zo lang zit? (lacht)."



“Belof geen zaken waar je niet 100% zeker van bent”

Beltrade biedt support aan bedrijven met sales en customer services in Japan. Ze faciliteren de invoer, maar doen zelf niet aan import. Maarten Adriaens is een Beltrade-medewerker maar werkt fulltime voor Crop's uit Ooigem, exporteur van diepvriesproducten. “Onze business hier zit in de lift,” zegt Maarten, “vandaag exporteert Crop's jaarlijks zo'n 150 containers naar Japan, en die hoeveelheid blijft groeien.”

“Zoals vele Vlaamse voedingsbedrijven is Crop's deels groot geworden in Japan via Foodex. Maar een permanent kantoor in Japan en goede contacten lieten onze business echt boomen. Ondertussen zijn we uitgegroeid tot een vrij grote speler en trekken we zelf voldoende relaties aan, maar FIT speelt ons nog altijd af en toe nieuwe prospects door. De Japanse verdeler van onze fruitpuree, bijvoorbeeld.”

Spinazie

“In Japan is voorzichtigheid gebaat: zeg geen dingen die je niet kan hardmaken. Belof geen container spinazie tegen mei of juni in Japan als je daar niet 100% zeker van bent. Een Vlaming zegt zoiets als hij echt zijn best zal doen, maar doorgaans is er wel wat marge. In Japan pinnen ze je vast op je belofte. Zeg je een datum, dan willen ze dat die wordt

gerespecteerd. Daarom, als Ooigem mij een tijdstip doorgeeft, doen we daar in onderling overleg een paar weken bij: een veiligheidsmarge voor de punctuele Japanners.”

Verpakking

“Maar die hoge eisen qua dienstverlening ondervindt een Vlaamse exporteur ook op andere manieren. Ooit weigerde een importeur een vracht diepgevroren wortelen. Met de groenten zelf was niets mis, maar de kartonnen verpakking was licht ingedeukt en slecht bedrukt. Een nuchtere Vlaming haalt dan zijn schouders op, maar in Japan redeneren ze ‘als zelfs de verpakking niet op punt staat, hoe kunnen we dan de kwaliteit vertrouwen?’. Een goeie tip dus voor Vlaamse ondernemers: emballeer je product tot in de perfectie, want in Japan reflecteert de verpakking de kwaliteit van de inhoud.”

“Eens je het vertrouwen geniet, is het erg dankbaar zakendoen in Japan”

In 2017 won Klingele Chocolate uit Evergem de Leeuw van de Export in de categorie ‘Bedrijven met max. 49 medewerkers’. En in die winst speelde hun indrukwekkende verhaal in Japan een grote rol. Vandaag is hun verkoop in Japan goed voor maar liefst 10% van de totaalomzet. Eline Blanchaert, sales director bij Klingele, is net terug van Foodex, Tokio’s grootste voedingsbeurs die elk jaar in maart plaatsvindt. Daar trekt ze elke keer met veel plezier naartoe. “Onze aanwezigheid daar zorgt immers telkens voor een flinke boost in de verkoopcijfers.”

“Na Foodex gaat onze verkoop in Japan er flink op vooruit. Het is dan ook het ideale moment om je te tonen aan de markt. Zelf trek ik altijd enkele dagen extra uit voor een bezoek aan onze klanten. Vertrouwen en zichtbaarheid zijn erg belangrijk in Japan. Mochten we eens een jaar overslaan, dan zou de reactie er klinken als: “Oei, is er iets aan de hand?”

White Day

“Maar het Japanse voorjaar is ook om andere redenen erg belangrijk voor ons. Van december tot half maart piekt de chocoladeverkoop er enorm. Op 14 februari kopen alle vrouwen massaal veel chocolade voor hun mannelijke geliefde als valentijnscadeau. Maar 14 maart is het White

Day: dan is het de beurt aan de mannen om dat geschenk te overtreffen. En chocolade is ook hun favoriete wapen.”

Geduld loont

“Zakendoen in Japan is intensiever dan op andere markten. Je moet echt geduldig zijn vooraleer je de resultaten ziet van je inzet. Maar wie volhardt, wordt daar dubbel en dik voor beloond. Japanners zijn extreem precies, soms draaien ze elke steen om. Maar door hun open manier van zakendoen weet je op elk moment perfect waar je staat, en leer je veel bij van hun eisen en kijk op processen. Mijn geduld werd danig op de proef gesteld, maar eigenlijk is het erg fijn en dankbaar zakendoen in Japan.”



“Ze willen alles met hun eigen ogen zien”

2,5 jaar geleden werd Desso Sports uit Dendermonde overgenomen door Tarkett Group, de Franse producent van vloeren en sportondergronden. De productie van kunstgras- en hybride velden, een combinatie van kunst- en natuurlijk gras, bleef in Oost-Vlaanderen. Een van de taken van de 450 medewerkers daar is de sportgrasvelden van de toekomst te ontwikkelen. “En niet alleen voor de Europese markt,” zegt Yves De Cocker, directeur bij GrassMasters Solutions van Tarkett Sports, “ook Japan gaat voor de bijl. We hebben nog geen commerciële contracten, maar de markt loopt zich al jaren warm.”

“In 2000 reisde ik voor het eerst naar Japan, en in 2015 om er de eerste keer onze hybride velden te presenteren aan een heleboel vertegenwoordigers uit de rugby- en voetbalwereld. Beide sporten zitten er enorm in de lift: de populariteit van de J. League, de elite voetbalcompetitie, blijft groeien, en volgend jaar organiseert Japan het WK rugby. Evenredig met die populariteit stijgt ook de interesse in duurzame infrastructuur en veldtechnologie. Die boot mogen wij niet missen.”

Reizende machines

“Er liggen nog geen hybride sportvelden in Japan, maar lang zullen die niet meer uitblijven. Dat merken we aan de populariteit van onze seminars en workshops. In Japan geloven ze pas iets als ze het met hun eigen ogen zien. Wij

hebben al meermaals machines naar daar verscheept om er ad hoc-testzones te creëren: ze willen onze machines er letterlijk de vezels in de grond zien prikken.”

6 keer dezelfde vraag

“Onderhandelen met Japanners krijg je pas onder de knie wanneer je ook de bredere cultuur leert kennen. Onze manier van communiceren stootte er in het begin op onbegrip en terughoudendheid. En omgekeerd ook: wij ergerden ons aan hun gewoonte om indirect te antwoorden, nooit ‘neen’ te zeggen en soms zes keer exact dezelfde vraag te stellen. Maar zodra jij je aanpast aan de Japanse manier van werken en je de traditionele regels van het zakendoen overboord gooit, kan je echt goed rond de tafel gaan zitten.”





\\ De Vlaamse
life sciences hebben
hier een ijzersterke
reputatie
opgebouwd \\

Technologiekansen in Japan: 7 begrippen uitgelicht

Ben Kloeck is technologie-attaché bij FIT en gespecialiseerd in life sciences. Opererend vanuit Tokio slaat hij de brug tussen ondernemingen in Vlaanderen enerzijds en in Japan, China, Zuid-Korea, Taiwan en Hongkong anderzijds. Ben Kloeck woont intussen al 10 jaar in Japan en kent de technologiewereld door en door. Kort en krachtig geeft hij duiding bij 7 thema's binnen de techsector.

1/ OPEN INNOVATIE & SAMENWERKING

"Samenwerking en kennisuitwisseling tussen overheid, privé en de academische wereld zoals we die kennen in Vlaanderen bestaat niet echt in Japan. Universiteiten leveren hier prachtig werk, maar ze maken moeilijk de omslag naar samenwerking met Japanse private ondernemingen. Toch zie ik de laatste 5 jaar heel wat beweging. Grote Japanse bedrijven stellen zich meer open. Ze komen ook sneller naar ons toe om contact te zoeken met Vlaamse biotechbedrijven of instellingen als imec."

2/ CLINICAL TRIALS

"Vlaamse bedrijven hebben een goede reputatie in de life sciences opgebouwd. Onze regio is hier voor veel meer bekend dan enkel bier en chocolade. Zo is Vlaanderen een ideale testmarkt voor Japanse farmabedrijven. Onze wetgeving is immers heel gunstig om de verschillende fases van klinische testen uit te voeren. Daarom promoten we hier specifiek de Vlaamse 'clinical trials'."

3/ ROBOTICS

"Vlaanderen gooit al langer hoge ogen in de robotica en controlesoftware. Met man en macht proberen we Vlaamse robotica-oplossingen te lanceren op de Japanse markt. Kleinere Vlaamse bedrijven kunnen vandaag op belangstelling rekenen van grote Japanse spelers als Fanuc. Een enorm verschil met vroeger, toen moest je toch over wat omvang beschikken om hier een voet tussen de deur te krijgen."

4/ VENTUREFONDSEN

"Kleinere bedrijven en start-ups vinden makkelijker kapitaal in Vlaanderen dan in Japan. Japan is geen risicoland en telt weinig venturefondsen. Qua risicokapitaalinvesteringen zie ik weinig Japans geld rechtstreeks naar buitenlandse bedrijven gaan. Grote bedrijven die op een pak geld zitten, kijken natuurlijk wel allang over de grens voor investeringen, strategische partnerships en overnames, zeker ook in Vlaanderen. Het Japanse bedrijf Kaneka won trouwens recent de Vlaamse Investment of the Year Trophy."

5/ BIOJAPAN & JAPAN IT WEEK

"Japan barst van de interessante beurzen en conferenties voor de technologische sector. Op BioJapan maken Vlaamse bedrijven al jaren het mooie weer, niet weinig van op onze FIT-stand, in samenwerking met flanders.bio. Maar ook op de Japan IT Week zijn we goed vertegenwoordigd, dit jaar neemt DSP Valley deel met 5 bedrijven."

6/ VIDEO & GAMING

"Op gebied van video en gaming beweegt er een en ander in Vlaanderen, en dat werkt in het land van Nintendo en PlayStation. Ik hoor dat services die in Vlaanderen worden ontwikkeld complementair zijn aan die van de grote Japanse spelers. Dit domein kennen we bij FIT zelf nog onvoldoende, maar het is wel de bedoeling om daar in de toekomst meer aandacht aan te geven."

7/ PARTNERS & MERGERS

"Vlaamse techbedrijven rijgen de succesverhalen in Japan aan elkaar. Kijk maar wat ICsense (zie pagina 20) heeft gepresteerd. Na een jarenlang partnership ging Tigenix, een spin-off van KU Leuven, begin dit jaar in op een gigantisch overnamebod van het Japanse farmaconcern Takeda. Zo'n overnames moeten zeker niet schief bekeken worden. 'De Japanners gaan met onze kroon lopen', hoor je vaak. Ik zie dit vooral als een teken dat er in Vlaanderen vele juwelen te vinden zijn."

\\ Vlaamse techbedrijven
rijgen de succesverhalen
in Japan aan elkaar \\

“Onderschat het belang van de ‘nemawashi’ niet en het drinkgelag achteraf”

De technologie die ICsense uit Leuven creëert, zal je nergens zien of voelen. En toch is ze overal. ICsense ontwerpt chips met geïntegreerde circuits op maat, en die worden onder andere gebruikt in elektronische auto's, moderne smartphones en hersenimplantaten. Vorig jaar ging het bedrijf op in het Japanse TDK. “Dat opende vele nieuwe deuren”, vertellen Bram De Muer, CEO, en Wim Claes, chief business development officer bij ICsense.

“In 2010 trokken we onder impuls van FIT naar Japan. Daar namen we deel aan ESEC, een IT-beurs waar FIT een stand had. We keerden regelmatig terug naar Japan en legden er steeds meer contacten. Bij ons vierde bezoek hadden we onze eerste klant te pakken. Met TDK begon de samenwerking pas in 2014. We hadden dus eerst al flink kunnen ‘oefenen’ met zakendoen in Japan via andere partners.”

Voorgekauwd

“TDK's reputatie en solide fundering plaveien de weg, waardoor we vlot binnen geraken bij grote spelers. Gezien TDK zelf geen chipengineeringactiviteiten in huis had, speelt onze Leuvense afdeling een belangrijke rol. Onze site in Vlaanderen zal flink groeien, dus we zijn nog volop op zoek naar

nieuwe krachten. Chip engineers zijn nog altijd dungezaaid.”

Nemawashi

“Zakendoen in Japan, dat leer je stap voor stap. De ‘nemawashi’ bijvoorbeeld, een informele bijeenkomst vóór de grote meeting, is in de praktijk belangrijker dan de vergadering die volgt. Op de nemawashi worden zo veel mogelijk hindernissen genomen om tijdens de meeting snel tot een consensus te komen. De uiteindelijke vergadering is dus veeleer ceremonieel. Onderschat ook het belang niet van het eet- en drinkgelag dat op een beklonken deal volgt. Japanse zakenmannen vertrouwen naar eigen zeggen sneller partners waarmee ze ook een glas kunnen drinken.”



“Chinezen komen naar jou, maar Japanners moet je zelf gaan opzoeken”

In het land van de rijzende zon is ADx Neurosciences een rijzende ster. Zijn baanbrekende technologie wordt onder andere gebruikt in alzheimeronderzoek, een grote hit in het land met de oudste bevolking ter wereld. “Onze biomerkers zijn een ‘hot field’ in Japan. Men ziet in onze technologie een deeloplossing voor de vergrijzingsproblematiek”, vertelt Paul Appermont, chief business officer bij ADx Neurosciences.

“Onze biomerkers meten veranderingen in de hersenen. Die testen moeten aandoeningen als alzheimer, parkinson en ALS vroegtijdig opsporen en opvolgen. Onze klanten bestaan uit farma- en diagnostische bedrijven die klinische en preklinische studies uitvoeren. In Japan is de interesse in onze technologie enorm. Dankzij onze achtergronden bij farmabedrijven als Janssen Pharmaceutica, Biogen en Innogenetics bogen wij op een uitgebreid netwerk in Japan, onder andere bij Eisai, pionier in anti-alzheimermedicatie, en Takeda, het grootste farmabedrijf van Azië.”

Voorgekauwd

“In Japan zet de buitenlandse ondernemer de eerste stap. In tegenstelling tot een Chinees zal een Japanner niet naar jou

komen. Door het consensusmodel op bedrijfsniveau kunnen de zaken soms traag verlopen, zeker in vergelijking met China. Maar net doordat alles in zowat elke afdeling wordt voorgekauwd, kan op een trage voorbereiding een snelle implementatie volgen.”

Buiten de koivijver

“In Japan leg je niet jouw manier van werken op, jij moet hun spelregels volgen en meegaan in hun verhaal. Toch merk ik langzaam een verwestering op van de Japanse bedrijfswereld. In de businesscultuur, maar ook op managementniveau: nu en dan zie je een westers gezicht aan de top van Japanse bedrijven. Er wordt dus ook buiten de Japanse vijver gevestigd.”



“Speeddating met het Japanse bedrijfsleven”

Novosanis is een start-up uit Wijnegem die medische hulpmiddelen op een innoverende manier heruitvindt. Internationaal breekt het potten met producten als Colli-Pee (een urinecollector) en VAX-ID (een instrument om pijnloos geneesmiddelen te injecteren). Vooral die laatste doet het goed in Japan. “We legden onze eerste contacten in Japan al in 2013”, vertellen Vanessa Vankerckhoven, CEO, en Koen Beyers, CTO bij Novosanis, “Maar pas dit jaar zullen we met die relaties onze eerste commerciële contracten afsluiten. Zakendoen in Japan vraagt tijd.”

“Nog geen half jaar na het ontstaan van Novosanis namen we al deel aan de handelsmissie van FIT en flanders.bio naar Japan. Vroeg begonnen is half gewonnen, want Japan is een markt die tijd en investering vraagt. Ons eerste bezoek was eerder een scoutingronde: hoe ziet de markt eruit, waar liggen er opportuniteiten? De relaties die we toen aanknoopten hielden we warm, en daar hopen we vijf jaar later de vruchten van te plukken.”

Constructieve feedback

“Zakendoen met Japanse partners lijkt vaak een moeizaam proces, maar je leert er ook ontzettend veel van bij. Bij de ontwikkeling en de promotie van onze VAX-ID legden we zelf de focus sterk op de functionaliteit van het instrument, terwijl zij meer bezig waren met gebruiksgemak of zaken die kunnen mislopen. Onder andere door feedback en labotesten uit Japan konden wij ons

ontwerp verder perfectioneren. De verscheidenheid aan controles en testen die ons product in Japan moest doorstaan heeft het zeker beter gemaakt.”

Op missie

“We zijn op verschillende manieren in contact gekomen met bedrijven in Japan. Ben Kloeck en zijn FIT-collega's zijn erg hands-on en vormen een belangrijke bron van contacten en informatie. In 2016 namen we deel aan de koninklijke missie naar aanleiding van 150 jaar handelsrelaties tussen Japan en België. Ook dat was een exclusieve kans om nieuwe contacten te leggen. Maar vooral BioJapan, het jaarlijkse event rond biotechnologie, is een afspraak die we niet mogen missen. Daar leerden we Japanse bedrijven kennen tijdens een rondje speeddaten. Geen onenightstands, met sommigen onderhouden we nog altijd vruchtbare relaties!”

OP DE AGENDA:

/ Groepszakenreis ‘Olympische Spelen Tokio 2020’

FIT trekt samen met Agoria Vlaanderen naar Tokio om er de mogelijkheden voor Vlaamse bedrijven tijdens de voorbereidingen van de Olympische Spelen ter plaatse te ontdekken. Kansen zijn er immers voor grote en kleine organisaties uit alle sectoren.

De reis gaat door van vrijdag 2 tot en met 8 juni 2018 en is bedoeld voor bedrijven uit diverse sectoren. Ter plaatse worden er meetings met potentiële partners en klanten en netwerkmomenten met lokale beslissingsnemers georganiseerd.

/ World Class Manufacturing training mission in Japan

Van maandag 25 juni tot vrijdag 29 juni 2018 organiseert het EU-Japan Centre for Industrial Cooperation een vijfdaags trainingsprogramma in Japan. Tijdens de opleiding ontdekt u aan de hand van bedrijfsbezoeken de Japanse benadering van World Class Manufacturing in de praktijk. Verder leert u er hoe u de productiviteit van uw bedrijf opkrikt en de productiekost afbouwt. De training richt zich specifiek op productiemangers met een ingenieursachtergrond.

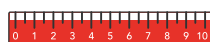
Meer informatie leest u op www.flanderstrade.be.

MARKTSTUDIES

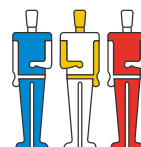
Dat er opportuniteiten liggen in het verre keizerrijk is zo klaar als een klontje. Op de FIT-website staan alle kansrijke sectoren en vindt u ook uitgebreide marktstudies terug. Die vertellen u alles over de Japanse landbouw- en voedselmarkt, sportaccommodatie (naar aanleiding van de Olympische Spelen in 2020), de groentesector en kansen voor zoetwaren- en nagerechtenproducenten na het EU-Japan vrijhandelsakkoord.

Al onze marktstudies zijn gratis te lezen of te downloaden op www.flanderstrade.be.

FACTSHEET JAPAN



OPPERVLAKTE
377.962 KM²



AANTAL INWONERS
127,1 MILJOEN



OFFICIËLE TAAL
JAPANS

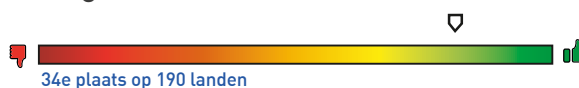


MUNTEENHEID
JAPANESE YEN (JPY)
1 EUR = 132,808 JPY
(13/02/2018)



Met 21% van de totale uitvoer en een waarde van 146 miljard USD bleven voertuigen ook in 2017 Japans exportproduct #1.

Ease of doing business index



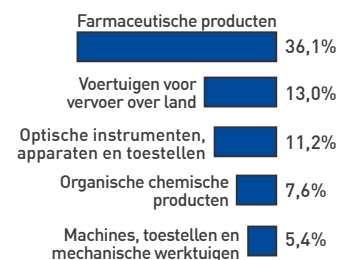
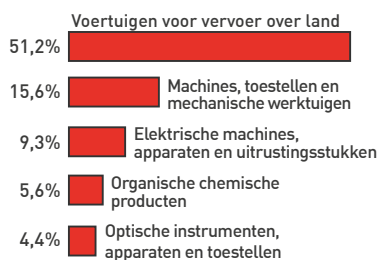
Politiek risico



Commercieel risico (van A tot C)



Vlaamse export naar Japan: € 3,24 miljard (2016)



Vlaamse import uit Japan: € 8,05 miljard (2016)

MEER WETEN OVER ZAKENDOEN IN JAPAN?

Raadpleeg ons landendossier op www.flanderstrade.be of neem contact op met het provinciaal kantoor in uw buurt. Alle contactinfo vindt u op onze website.



FOREIGN INVESTMENT TROPHY 2018

Brolis:

van rijzende ster in Litouwen
tot prijsbeest in Vlaanderen

“We kregen al een warm welkom in Vlaanderen. Dat we nu ook een trofee in de wacht slepen, doet daar nog een schepje bovenop!” De drie broers achter het Litouwse technologiebedrijf Brolis Semiconductors staken hun enthousiasme niet onder stoelen of banken toen ze de Newcomer of the Year Trophy 2018 in ontvangst mochten nemen op onze Foreign Investment Trophy. De Litouwers kregen de trofee als erkenning voor hun allereerste vestiging op Vlaamse bodem: een gloednieuw kantoor voor onderzoek en ontwikkeling in Gent.

Met drie zijn ze, de Vizbaras-broers die in 2011 Brolis Semiconductors uit de grond stampten. Tweelingen Augustinas en Kristijonas vormen het technische brein achter de infraroodtechnologie die het Litouwse bedrijf ontwikkelt voor onder meer nachtkijkers en toestellen waarmee gassen worden gedetecteerd in graansilo's. Grote broer Dominykas buigt zich over de bedrijfsvoering. En het ondernemerschap zit de Vizbaras duidelijk in het bloed zit, want ook hun zus runt een eigen zaak.

Gezinsuitbreiding

“Brolis is Litouws voor ‘broer’ en in Vlaanderen vonden we een vierde broer”, lachte Augustinas op het podium van onze Foreign Investment Trophy. De Litouwer keek daarbij naar Andreas De Grootte, de Vlaamse onderzoeker die aan het hoofd komt te staan van de gloednieuwe Brolis-vestiging in Gent. Die keuze hoeft niet te verbazen: het Litouwse bedrijf werkte de voorbije jaren nauw samen met het Photonics Research Center van de Universiteit Gent, waar ook Andreas deel van uitmaakt.

Daags na de uitreiking trok Claire Tillekaerts, gedelegeerd bestuurder van FIT, naar het Vlaams-Litouwse kwartet om meer te weten te komen over hun plannen in Vlaanderen.

Vlaamse kennis ontmoet Litouwse ambitie

Claire Tillekaerts: “Van harte gefeliciteerd met de Newcomer of the Year Trophy 2018. Wat betekent deze trofee voor jullie?”

Augustinas Vizbaras: “We zien de trofee niet alleen als een erkenning, maar evengoed als een ‘verplichting’ om van ons onderzoekscentrum

in Gent een succes te maken. Daarvoor kunnen we rekenen op heel wat lokale expertise die de onze naadloos aanvult.”

Dominykas Vizbaras: “Gent staat wereldwijd bekend als een referentie op het vlak van fotonica en chiptechnologieën. Die liggen aan de basis van onze infraroodinnovaties. Anders gezegd, Brolis vertoeft in Gent in uitstekend gezelschap om die twee domeinen samen te brengen.”

Hybride chips

Claire Tillekaerts: “Waarop zal de Gentse vestiging zich toespitsen?”

Andreas De Grootte: “Brolis Gent zal een siliciumchip ontwikkelen en er de lichttechnologie van Brolis Litouwen in integreren. Die computerchip stuurt licht doorheen gassen en vloeistoffen, zoals bloed. Komt dat licht in contact met ziektemoleculen in het bloed, dan weerkaatst een deel van het licht terug in de chip. Door die weerkaatsing te meten, kunnen we een diagnose stellen.”

Kristijonas Vizbaras: “Kortom, we bouwen in Gent aan een hybride chiptechnologie die als basis kan dienen voor een waaier aan toepassingen, zowel in de industrie als in de zorg- en de medische sector. Denk bijvoorbeeld aan extreem kleine lasersensoren voor wearables,

draagbare apparaten om je gezondheid mee te monitoren.”

Wisselwerking

Claire Tillekaerts: “Hoe schatten jullie de toekomst in?”

Augustinas Vizbaras: “De technologie achter onze innovatie bestaat al langer. Wat nieuw is, is de schaal waarop we ze zullen brengen. Door onze lichttechnologie zodanig te verkleinen dat ze op een microchip past, kunnen we slimme sensoren op grote schaal introduceren in het dagelijks leven van mensen en patiënten. En daar hebben ze niets anders dan hun smartphone voor nodig. Het potentieel is dus groot. Daarom zullen we in de komende jaren tien tot vijftien ingenieurs aanwerven in Gent. Kortom, we zijn hier om te blijven, te bloeien en te groeien!”

Andreas De Grootte: “Ook betekent de komst van Brolis naar Gent een versterking voor het Vlaamse kennis- en technologielandchap. Het Gentse Photonics Research Center kende de jongste jaren al verschillende spin-offs. Dat Brolis zich na jaren van intense samenwerking hier nu ook vestigt, doet een innovatief ecosysteem ontstaan. Een speelveld waarin wij als Gentse onderzoeksgroep onze knowhow in de praktijk kunnen zetten.”

MEER WETEN OVER BUITENLANDSE INVESTERINGEN IN VLAANDEREN?

Neem een kijkje op www.investinlanders.com.

DE FOREIGN INVESTMENT TROPHY 2018

IN BEELD

Op dinsdag 27 februari vierden we enkele opmerkelijke buitenlandse investeringen in Vlaanderen op onze Foreign Investment Trophy. Sponsor Deloitte zette daarvoor zijn nagelnieuwe gebouw op de luchthaven van Zaventem open. Van een symbolische locatie gesproken! Kijk gerust mee:







FIT ORGANISEERT 17e EDITIE **LEEUEW** VAN DE **EXPORT**:

“Mijn gouden raad? Waag uw kans.”

Het enorme belang van export voor onze economie in de verf zetten, dat is al sinds het begin de drijfveer achter de Leeuw van de Export. Vorig jaar voegden we de Oost-Vlaamse chocoladeproducent Klingele Chocolate en het West-Vlaamse technologiebedrijf Skyline Communications toe aan de hall of fame. Maar misschien prijkt de prestigieuze exportaward vanaf dit najaar wel op uw bureau.

Al is de Leeuw van de Export van FIT natuurlijk veel meer dan een trofee om mee te pronken in uw bedrijfsgebouw. Dirk Van Steerteghem, afdelingshoofd Internationale Handel bij FIT: “Vorige winnaars getuigen dat ze nieuwe interessante contacten kunnen toevoegen aan hun netwerk of dat ze dankzij hun grotere naambekendheid vacatures sneller ingevuld krijgen. Met andere woorden, de erkenning betekent een flinke boost voor business én team.”

Deelnemen nog makkelijker in 2018

Dirk Van Steerteghem: “We sleutelen dit jaar ingrijpend aan de wedstrijdformule. Wie denkt dat zijn bedrijf in 2018 kans maakt op de titel, kan voortaan online een wedstrijdossier indienen. Daarin wordt onder meer gepolst naar omzet- en exportcijfers, geografische diversificatie van de exportprestaties, geleverde inspanningen qua

innovatie en duurzaam ondernemen. Het invullen van dat dossier neemt in totaal maximaal een halve dag in beslag; heel wat minder tijd dan voorgaande jaren.”

Uit alle kandidaturen selecteert een vakjury 3 genomineerden in de categorie ‘kleine bedrijven’ (bedrijven met maximaal 49 medewerkers) en evenveel in de categorie ‘middelgrote en grote bedrijven’ (bedrijven met 50 medewerkers of meer). Die 6 finalisten wordt gevraagd om

een uitgebreider dossier op papier samen te stellen. Dat verdedigen ze vervolgens voor een professionele eindjury van academici, business-analysten en de 2 huidige Leeuwen. Tijdens dat jurymoment worden de 2 Leeuwen gekozen die een jaar lang het boegbeeld zullen zijn van de Vlaamse export.

Dirk Van Steerteghem: "Wie de 2 laureaten zijn, blijft top secret tot **woensdag 19 september**. Dan worden de exportleeuwen met veel tromgeroffel bekendgemaakt tijdens de awardshow in Antwerpen. Naast het kruim van ondernemend Vlaanderen tekent het voltallige binnenlandse FIT-netwerk present op deze uitreiking. Het uitgelezen moment dus om te netwerken."

Hét winnende recept?

Zette uw bedrijf in 2017 indrukwekkende exportresultaten neer? Heeft u bovendien een neus voor internationale risico's en een internationaliseringsstrategie om u tegen te zeggen? Schrijf u dan vanaf **maandag 16 april** in voor de 17e Leeuw van de Export.

Dirk Van Steerteghem: "Hét winnende recept voor een Leeuw bestaat niet. Maar een aantal tips en tricks van ervaringsdeskundigen kunnen wel degelijk het verschil maken. Kandidaat-Leeuwen kloppen daarom het best aan bij hun adviseur Internationaal Ondernemen: het aanspreekpunt bij uitstek in de provincie. Nog een

gouden raad? Waag gewoon uw kans! Want de exportresultaten mogen nog zo schitterend zijn, wie geen dossier indient, zal er nooit voor erkend worden. En vergeet daarbij ook niet dat de aanhouder wint. Sommige bedrijven schieten al bij hun eerste kandidaatstelling de hoofdvogel af, maar meerdere laureaten dienden verschillende keren een wedstrijdossier in voor ze in de prijzen vielen."



WIN DE LEEUW VAN DE EXPORT 2018

IN 5 STAPPEN



1 Stel u online kandidaat met ijzersterke exportcijfers en -prestaties tussen 16 april en 1 juni 2018.



2 Haal de selectie van 3 'kleine bedrijven' (max. 49 medewerkers) of 3 'grote bedrijven' (50 of meer medewerkers) op 8 juni 2018.



3 Werk aan een uitgebreid wedstrijdossier en een presentatie, na een gedetailleerde briefing eind juni. Voor het finale dossier is 3 september de deadline.



4 Geef op vrijdag 14 september een grandioze presentatie voor de eindjury.



5 Beleef spannende momenten op het podium tijdens de uitreikingsceremonie op 19 september. Krijg de trofee uit handen van onze Vlaamse minister-president.



DEELNEMEN AAN DE LEEUW VAN DE EXPORT 2018?

De registraties zijn nog niet gestart, maar via leeuwvandeexport@fitagency.be kan u alvast uw interesse melden.

Vlaams-Nederlandse Handelsdag

ANTWERPEN
17 MEI 2018

Voor vele Vlaamse exporteurs is Nederland de eerste stap naar 'ondernemen in het buitenland'. Logisch, de taal en nabijheid maken het land erg aantrekkelijk om internationale ervaring op te doen. En ook daarna blijft het goed zakendoen bij en met onze noorderburen. Tijdens de Vlaams-Nederlandse Handelsdag leert u hoe u de Nederlandse markt het best benadert, hoe u er uw kansen op succes verhoogt en hoe u er de juiste zakenpartner vindt. Voor dit initiatief sloegen FIT, de Kamer van Koophandel Nederland, Stad Antwerpen, de ambassade van Nederland in België en Enterprise Europe Network de handen in elkaar.

Voor wie?

Vlaamse bedrijven die actief zijn in de sectoren bouw, gezondheid & farma, ICT en voeding & dranken.

Wat kan u verwachten?

- panelgesprekken met ervaringsdeskundigen over zakendoen in Vlaanderen en Nederland;
- netwerken met kennis- en dienstenleveranciers uit Vlaanderen en Nederland;
- workshops rond thema's als smart cities en het uitvoeren van werken;
- persoonlijke gesprekken tussen Vlaamse en Nederlandse ondernemers.

Het volledige programma leest u hier:

<https://vlaamsnederlandsehandelsdag2018.b2match.io>

B2B-MATCHMAKING

In samenwerking met Enterprise Europe Network worden Vlaamse en Nederlandse bedrijven gekoppeld op basis van hun profiel in een b2b-database. Tijdens korte gesprekken van 20 minuten kunnen ondernemers, agenten, distributeurs, toeleveranciers en samenwerkingspartners uit beide landen aftasten of er een match is.

INSCHRIJVEN?

Tot 16 mei 2018 op <https://vlaamsnederlandsehandelsdag2018.b2match.io>

CONTACT? Ann Verschuereen op 02 504 87 56 of ann.verschuereen@fitagency.be





Hoe vindt u een buitenlandse zakenpartner, en hoe gaat u ermee om?

In een kleine regio en dito markt als Vlaanderen kijken bedrijven al snel over de grenzen heen. Maar de stap naar het buitenland ook effectief zetten, is niet altijd zo voor de hand liggend. Plots spelen heel andere factoren mee: een nieuwe taal, andere regels, een vreemde (zaken)cultuur. Barrières die stap voor stap overwonnen moeten worden. Gelukkig staat u er niet alleen voor.



Advies voor uw onderneming binnen handbereik



Om ambitieuze ondernemers wegwijs te maken op het internationale toneel organiseerde het Enterprise Europe Network op 27 februari het partnering event 'Ready2match? It takes two to tango'. "Want zakendoen met buitenlandse partners is net als de Argentijnse dans", verklaart Lutgart Spaepen, directeur van Enterprise Europe Network Vlaanderen, het thema. "Mooi maar complex. Je moet je partner en zijn manoeuvres kennen, en vooral hetzelfde ritme hanteren en dezelfde doelen nastreven."

Info-eilandjes

Ondernemers met ambitie en business developers uit binnen- en buitenland zakten af naar BluePoint Antwerpen, op zoek naar inspiratie en informatie over het opzetten van partnerships over de grenzen heen. Heel passend vonden ze die terug in de James Cook-hal aan kleine eilandjes, waar ze verschillende services rond ondernemen in het buitenland konden ontdekken. Daar stonden informatiestanden over het programma Erasmus voor jonge ondernemers, de Partnering Opportunities Database van het Enterprise Europe Network, de Acces2Finance-financieringsopties en de beurzen waar Enterprise Europe Network aan deelneemt, in naaste samenwerking met FIT.

Tangoles

Maar veel belangrijker dan de infostandjes waren de workshops die deze dag plaatsvonden. Stuk voor stuk waren die gericht op het opzetten van internationale zakelijke partnerships. Eén theoretische workshop handelde over hoe je je algemene contractvoorwaarden opstelt en met intellectuele-eigendomsrechten omgaat. De drie andere workshops focusten zich eerder op de soft skills en het socioculturele aspect van internationaal zakendoen: hoe creëer je vertrouwen in een partnership over de grenzen heen? Hoe ga je om met interculturele verschillen, en hoe kan je die overbruggen? En hoe dans je sensueel met een buitenlander?

Veruit de opvallendste van de vier workshops was 'Gelijkenissen tussen internationale zaken en de tango'. Een uiteenzetting over waardering en finesse, begeleid door twee tangoleraars. Tussen de workshops door was er natuurlijk uitgebreid de gelegenheid om geducht te netwerken – ook heel belangrijk bij succesvol zakendoen.

Forging a successful partnership

Max Adam van het Enterprise Europe Network in het VK nam de Eurostar in Londen om haar

ideeën over internationaal ondernemen met Antwerpen te delen. Ze stak in de workshop 'Forging a successful partnership' van wal met de doelstellingen en kwaliteiten van het netwerk in de verf te zetten. Wat het netwerk voor uw buitenlandse partnerships kan doen, gaat ver. Maar wel op voorwaarde dat u zelf ook ver gaat, was de kern van haar boodschap.

"Een win-win voor beide commerciële partners is een noodzakelijke voorwaarde van een succesvolle samenwerking," vertelde Adam, "de ene moet iets hebben dat de andere wil, en vice versa."

Daarbij haalde ze de partnering tussen Spotify en Starbucks (muziek & koffie) en Apple met Hermès (een hoogtechnologisch designhorloge) als succesvolle voorbeelden aan. Op kleinere schaal is ecoBirdy, een samenwerking van kleine Vlaamse, Nederlandse en Italiaanse kmo's die met gerecycleerd plastic design stilaan Europa veroveren (zie de vorige Wereldwijs), een mooi voorbeeld. Afsluiten deed ze met de voor- en nadelen van internationaal partneren tegen elkaar af te wegen, en enkele tips voor beginnende 'internationals' te grabbel te gooien.

Dealing with intercultural aspects of partnering

Bij Luc De Haes, consultant intercultureel management bij Leuvion, moest je niet zijn voor handige tips. Tijdens zijn workshop legde hij uit hoe cultuur uit verschillende schillen bestaat, en vergeleek die dan ook graag met een ui. "Je leert een cultuur – en dus ook de zakencultuur – niet kennen voor je tot de binnenste lagen doordringt. Sommige gewoontes kan je wel kopiëren en imiteren, maar dan weet je nog altijd niets van de onderliggende cultuur. Dat lijstje met 10 do's & don'ts voor je naar een land vertrekt? Waardeloos: daarmee blijf je op de buitenste schil botsen!"

De Haes legde het verschil uit tussen expliciete en impliciete cultuur. Hij hield de Vlaamse aanwezig een spiegel voor door hen erop te betrap-

pen 'hun eigen cultuur' niet te kennen: zo kon niemand de vraag 'Aan welke Belgische gewoontes ergeren buitenlanders zich het meest?' correct beantwoorden. "Dat is ook normaal, want die impliciete cultuur kan alleen door buitenstaanders worden waargenomen", verklaarde hij.

Aan de hand van voorbeelden legde hij uit hoe het dus ook quasi onmogelijk is om op korte termijn de cultuur van een ander te begrijpen. "Je hoort dat je in Japan 10 seconden naar een businesskaartje moet staren, want dat is traditie en beleefdheid", ging De Haes door. "Dat is onzin. Japanners proberen op enkele seconden aan de hand van de info op je kaartje je positie binnen een bedrijf te berekenen. Als dat staren al iets vertelt over de cultuur, is het dat de Japanse samenleving zeer hiërarchisch in elkaar zit. Het heeft dus absoluut niets met beleefdheid te maken."

8 GOUDEN REGELS

voor ondernemers met ontluikende partnering internationale ambities, door Max Adam

1/

Overtuig een mogelijke partner niet met een gewiekste 'elevator pitch', maar met duidelijkheid en eerlijkheid. Speel de ervaring en geloofwaardigheid van je bedrijf uit, en breng je 'key people' mee.

2/

Wees altijd duidelijk over je exacte motieven om te partneren, tegen de ander en tegen jezelf. Een verborgen agenda komt sowieso uit, en dat is het begin van het einde.

3/

Werk niet samen met een partner omdat je hem aardig vindt. Filter je een duidelijke meerwaarde uit je pro&con-lijstje, dan heb je een goede compagnon beet.

4/

Zorg ervoor dat het hele management het partnership steunt. Trek ze daarom vroeg mee in bad. Vertrouwen is alles: van de andere partij, maar ook binnen je eigen organisatie.

5/

Bij uitbreiding: betrek alle stakeholders zo veel mogelijk in het partnership, en leg iedereen de voordelen ervan uit. Een project zal pas echt succesvol zijn als iedereen aan hetzelfde zeel trekt.

6/

Communiceer, communiceer, communiceer. "The single biggest problem in communication is the illusion that it has taken place", zei George Bernard Shaw ooit. En dat is dubbel zo problematisch in een internationale context. Controleer dus altijd of je boodschap goed werd begrepen.

7/

Vertrouwen komt te voet, maar vertrekt te paard. Bouw aan een vertrouwensband en onderhoud die non-stop. Een partnership is een langetermijnrelatie, geen onenightstand.

8/

Wees op elk moment duidelijk met je partner over de voorwaarden en hanteer heldere structuren. Ook al is hij van goede wil, hij moet weten waar hij aan begint en waar hij staat.

MEER WETEN OVER
DE DIENSTEN ACTIVITEITEN VAN
ENTERPRISE EUROPE NETWORK VLAANDEREN?

Mail naar enterprise.europe@vlaanderen.be of surf naar www.enterpriseeuropenvlaanderen.be.



Taipei Food Show and Belgian Beer Days Taipei

27 tot en met 30 juni 2018

De Taipei Food Show is een van de belangrijkste voedingsbeurzen in Azië. Stel er gratis uw producten voor op onze onthaalstand.

Volgende sectoren zijn vertegenwoordigd:

- vers en ingeblikt fruit en groenten;
- pluimvee, vis, vlees- en zuivelproducten;
- kant-en-klaargerechten;
- diepvriesproducten;
- gebak en koekjes;
- wijn, likeuren, koffie, thee, fruitsappen en frisdranken;
- suikerwaren.

In de marge van de Taipei Food Show 2018 wordt een 'Belgian Beer Days' georganiseerd op 28 juni. Dit event is op uitnodiging en specifiek voor lokale importeurs, inkopers, cateringindustrie, retailketens en Vlaamse bezoekers. Daarnaast vindt tijdens de beurs ook een 'Belgian Beer Cafe bar' plaats, waar lokale agenten gratis bieren aanbieden.

INSCHRIJVEN? Tot en met 1 juni 2018 op www.flanderstrade.be

CONTACT? Linda Huybrecht op 02 504 88 37 of linda.huybrecht@fitagency.be

ADIPEC Abu Dhabi

12 tot en met 15 november 2018

Met ruim 2.000 exposanten (25 nationale paviljoenen) en meer dan 96.000 bezoekers is ADIPEC hét forum voor de olie- en gasindustrie in het Midden-Oosten en Noord-Afrika. FIT organiseert er samen met Agoria een groepsstand voor Vlaamse bedrijven. Want deze vakbeurs annex conferentie is een onmisbare opportuniteit om nieuwe contacten te leggen en kennis te maken met de belangrijkste trends en ontwikkelingen in de sector.

INSCHRIJVEN? Tot en met 30 juni 2018 op www.flanderstrade.be

CONTACT? Frank Baeyens op 02 504 88 49 of frank.baeyens@fitagency.be

ISM Keulen

27 tot en met 30 januari 2019

ISM is dé belangrijkste vakbeurs ter wereld voor zoetwaren, chocolade, koekjes en versnaperingen. Presenteer er uw producten op onze FIT-groepsstand.

INSCHRIJVEN? Tot en met 18 mei 2018 op www.flanderstrade.be

CONTACT? Kurt Vleminckx op 02 504 88 03 of kurt.vleminckx@fitagency.be

Optimaliseer uw export van voedingsproducten naar Saudi-Arabië en de VAE Brussel

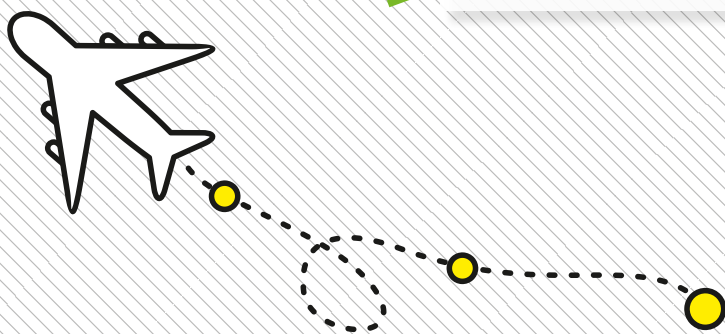
17 april 2018

Wist u dat meer dan 65% van de voedingsproducten die vanuit België naar Dubai wordt geëxporteerd, niet voldoet aan de geldende regelgeving? Dat zorgt voor tijdverlies, geldverspilling en soms zelfs vernietiging van de zending. Informeer u grondig over de geldende regelgeving. Meer info? Lees alvast de marktstudie Invoerreglementering voor voedingsproducten in de VAE, van ons FIT-kantoor in Dubai, in het landendossier op www.flanderstrade.be. En kom naar dit seminarie op 17 april.

INSCHRIJVEN? Tot en met 12 april 2018 op www.flanderstrade.be

CONTACT? Evelien Staelens op 02 504 88 48 of evelien.staelens@fitagency.be

SEMINARIE



**VRAGEN OVER
INTERNATIONAAL
ONDERNEMEN?
STEL ZE AAN ONZE
PROVINCIALE
KANTOREN!**

Antwerpen > 03 260 87 22 – antwerpen@fitagency.be

Limburg > 011 29 20 80 – limburg@fitagency.be

Oost-Vlaanderen > 09 276 19 30 – oost.vlaanderen@fitagency.be

Vlaams-Brabant > 016 66 56 00 – vlaamsbrabant@fitagency.be

West-Vlaanderen > 050 24 74 10 – west.vlaanderen@fitagency.be



Vlaanderen
is Internationaal Ondernemen



Een goede start buiten onze landsgrenzen begint met een grondige voorbereiding. **Flanders** Investment & Trade biedt u informatie, begeleiding en steun bij uw expansieplannen in het buitenland.

Onze recentste publicatie 'Het Exportplan - Leidraad voor Internationaal Ondernemen' toont in zeven stappen hoe u een doordacht exportplan gestalte geeft. Ontdek deze publicatie en onze brede waaier aan informatie en steunmaatregelen op

WWW.FLANDERSTRADE.BE