

Magazine voor internationaal ondernemen

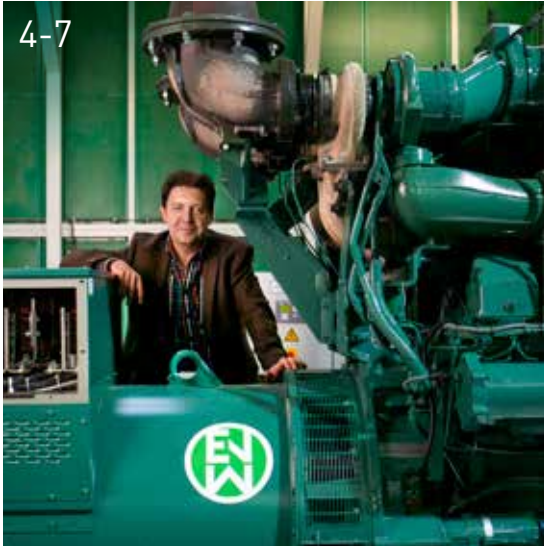
wereld WIJS

60
01/2014

**E. Van Wingen laat de wereld
meer doen met minder**

De mythe van de Chinese markt

4-7



E. Van Wingen
laat de wereld meer
doen met minder

China: Van ongebreidelde
expansie naar kwalitatieve groei

11-22



**** Chinezen
zijn dol op
onze melk."



en verder ...

3 Edito / **8** Marktinformatie \ **10** Intussen... \ **23** FIT blijft zich versterken \ **24** In beeld: de prinselijke missie naar Angola en Zuid-Afrika \ **28** Zakendoen in Kenia: commitment is het sleutelwoord \ **29** Kalender \ **31** Tien slimme stappen voor internationaal ondernemen
→ Stap 1: Onderzoek hoe exportrip uw bedrijf is

“FIT wenst u een gelukkig Nieuwjaar!”

Beste lezer,

Eerst en vooral wens ik u in naam van FIT een bijzonder gelukkig, gezond en succesvol 2014. Ook al is elk nieuw jaar vooral symbolisch een nieuwe start, toch stellen we u in dit januarinummeer enkele concrete nieuwigheden voor.

U merkte het wellicht al toen u deze Wereldwijs in handen kreeg: zowel vorm als inhoud van ons magazine kregen een make-over. De feedback die we via ons lezersonderzoek ontvingen, vormde de basis voor deze verandering.

Ook het hoofdkantoor van FIT in Brussel ziet er nu grondig anders uit. Tijdens de eindejaarsperiode verhuisden we naar de Albert II-laan. Heeft u binnenkort bij ons een afspraak voor een meeting of seminarie, dan verwelkomen we u graag op nummer 37.

2014 belooft alweer een uitdagend jaar te worden voor internationaliserend Vlaanderen. Daarbij kan u zoals altijd op ons rekenen, daarvoor blijven we ons ook versterken. Zo richtten we onlangs een antenne in Angola op en intensifieerden we onze samenwerking met organisaties als Flanders DC en Flanders Cleantech Association. Onze dienstverlening wordt op die manier almaar beter afgestemd op uw vragen. Stel die gerust aan onze medewerkers in de provinciale kantoren, zij zorgen ervoor dat u zo snel mogelijk antwoorden krijgt.

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/groups
twitter.com/fitagency

Verantwoordelijke uitgever:

Claire Tillekaerts.

Eindredactie:

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

Hoofdreductie:

Dienst Marketing & Kennisbeheer
Flanders Investment & Trade.

Foto's: Bart Lasuy en Imageglobe

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.





E. Van Wingen
laat de wereld meer
doen met minder

Het verhaal van bekende exportkampioenen inspireert ondernemers vaak om het minstens even goed te doen. Maar het kan anderen evenzeer demotiveren, omdat de resultaten net zo schitterend zijn en onbereikbaar lijken. Een bedrijf hoeft dan ook geen flitsend exportparcours af te leggen om een rolmodel te zijn voor aspirerende exporteurs. Het kan soms net erg interessant zijn om inspiratie te putten uit een bescheidener exportpad. E. Van Wingen is een mooi voorbeeld van zo'n behoedzame maar erg solide uitvoerder.

Eerst een stevige positie in eigen land opbouwen en dan pas export overwegen, dat is het devies van E. Van Wingen. Niet uit overdreven voorzichtigheid, maar om een duurzaam exporttraject uit te stipelen. Toch is deze ontwerper, fabrikant en installateur van energieprojecten met diesel- en gasmotoren (in noodstroomtoepassingen of voor decentrale productie) geen volger, maar een echte pionier.

Jean-Pierre Van Wingen, General Manager van E. Van Wingen, vertelt Xavier Bedert, Adviseur Internationaal Ondernemen van het provinciaal kantoor Oost-Vlaanderen, hoe hij innovatief zakendoen combineert met duurzaam denken.

Rode draad

Jean-Pierre Van Wingen: "In 1958 startte mijn vader, Ernest Van Wingen, het bedrijf op. Eerst was hij vooral actief in de marine-industrie met constructies aan boord van schepen. Motoren vormden al van bij het begin de rode draad in onze onderneming. Geleidelijk aan stapte hij over naar meer industriële toepassingen en stroomaggregaten. In de afgelopen twintig jaar spitsten we ons uitsluitend toe op stroomproductie. Daarbij onderscheiden we twee volwaardige bedrijfsporen. Ten eerste het eerder traditionele luik van noodstroomvoorzieningen, en later ook een duurzaam energieluik."

Xavier Bedert: "Vanwaar jullie focus op duurzame energie?"

Jean-Pierre Van Wingen: "We zijn er rotsvast van overtuigd dat energie-efficiëntie onze toekomst is. Lees: meer doen met minder. Daarom zetten we zo sterk in op de ontwikkeling van duurzamere energieprojecten. En we doen dat al sinds begin jaren negentig, toen we voor de toenmalige West-Vlaamse elektriciteitsmaatschappij de eerste warmte-

krachtkoppelingen leverden: een brandstofbesparende manier om gelijktijdig warmte en stroom op te wekken. Dat is ruim twintig jaar geleden, dus lang voor de hype van vandaag.

Momenteel is het energievraagstuk brandend actueel. Europa beseft dat de juiste aanpak onze toekomst zal bepalen. Als we hier morgen een aardolieveld ontdekken waardoor we opnieuw verder kunnen, zou dat – weliswaar enkel op het vlak van reserves en niet vanuit ecologisch standpunt – ongelofelijk goed nieuws zijn, maar dat is weinig realistisch. Toch bestaat die mogelijkheid vandaag al, want twee keer minder verbruiken, is mogelijk. Energie-efficiëntie is de grootste brandstofvoorraad in Europa."

\\ Innovatieve experimenten kosten geld en renderen niet altijd op korte termijn, maar zijn wel noodzakelijk voor onze toekomst."

Duurzaam = betaalbaar

Xavier Bedert: "Hoe ziet die juiste aanpak eruit?"

Jean-Pierre Van Wingen: "Toen het klimaatprobleem de kop opstak, werd hard aan de alarmbel getrokken. Allerlei maatregelen werden getroffen, de duurste en meest blinkende eerst. Daardoor is het imago ontstaan dat groene energie duur is. Er is toen zo veel geld geïnvesteerd, waardoor er nu te kort is. Maar stilaan landen we met de voeten op de grond. We beseffen dat duurzaamheid ook betaalbaar moet zijn. Dat betekent: beter isoleeren, kijken hoe we minder stroom kunnen

Blijf innoveren en denk op de lange termijn.

verbruiken. Kortom, alles wat vandaag al gebeurt efficiënter doen.

Warmtekrachtkoppelingen zijn een mooi voorbeeld, of het combineren van energiestromen. Omdat je voor een warmtekrachtkoppeling een motor nodig hebt, is dat soms nog een moeilijke boodschap. Zonne-energie en windmolens hoef je niet uit te leggen."

Groen pionierswerk

Xavier Bedert: "Die pioniersmentaliteit, heb je die geërfd van je vader?"

Jean-Pierre Van Wingen: "Ik herken die voorlopersrol wel. Mijn vader heeft vrij snel de marinemarkt verlaten. Hij voorzag dat die markt in België in elkaar zou stuiken en legde zich daarom toe op de meer industriële toepassingen. Daarnaast begreep hij al gauw dat specialisatie aan de orde was, dat we niet alle aandrijvingen konden produceren. Die lijn hebben we doorgetrokken: specialisatie én innovatie. Dus niet alleen stroomproductie, maar wel 'geëngineerde oplossingen': een totaalpakket van engineering over productie tot service. Zo creëren we toegevoegde waarde. Dat vertaalt zich overigens in ons personeelsbestand. Een kwart van onze medewerkers bestaat uit ingenieurs, nog een kwart zijn servicetechnici. Dat zijn de twee groeiafdelingen binnen ons bedrijf. Zonder zouden we niet meer bestaan, dan waren we allang overstelpd door de buitenlandse concurrentie."

Xavier Bedert: "Welke resultaten leverde dat al op?"

Jean-Pierre Van Wingen: "Na onze eerste warmtekrachtkoppeling in '92, volgde in '96 de eerste biogasmotor. In 2007 ontwikkelden we in samenwerking met Eco-

power een warmtekrachtkoppeling op koolzaadolie. Daarnaast spelen we een actieve rol in de Vlaamse Proeftuin Elektrische Voertuigen, de testomgeving voor elektrische mobiliteit. Zo profileren we ons als een onderneming met interesse in innovatieve experimenten. Tegenwoordig stappen universiteiten en onderzoekscentra naar fabrikanten als wij om samen projecten op te starten. Daardoor bouwen we gestadig een reputatie in innovatie op. Die projecten kosten geld en renderen niet altijd op korte termijn, maar zijn wel noodzakelijk voor onze toekomst.”

“In Duitsland hebben we met onze duurzame energieprojecten zelfs klanten die per jaar individueel meer afnemen dan de Belgische markt in totaal.”

Duurzame export

Xavier Bedert: “Voorlopig is het aandeel export in de omzet vrij beperkt. Lonkt het buitenland niet?”

Jean-Pierre Van Wingen: “Toch wel, we willen dat percentage doen stijgen. Ondertussen hebben we in eigen land een stevig marktaandeel. Hier groei realiseren, wordt almaar moeilijker. Maar export is niet evident, want we kunnen niet zomaar overal waar de vraag rijst onze gespecialiseerde projecten uitvoeren. Daarbij zijn immers projectmanagement en service cruciaal en die vereisen een fysieke aanwezigheid. We willen ons niet vergalopperen, maar duurzaam aan die weg timmeren.

De projecten waar wij aan meewerken, zijn vaak zeer groot, complex en hebben een lange uitvoertijd. Om die tot een succesvol einde te brengen, zijn betrouwbare en stabiele leveranciers onontbeerlijk. Ook de doorlooptijd van offertes tot de uiteindelijke engineering en bestelling is gewoonlijk lang. Als blijkt dat de oorspronkelijk opgestelde offertes niet langer gelden, is dat een financiële kater van jewelste.

Projectbeheerders lossen dat op door raamcontracten af te sluiten. Zo koos

Siemens in Nederland voor ons voor de levering van alle noodstroomaggregaten voor het hogesnelheidsstroomnetwerk in Nederland. Voor dat project golden zware eisen en was de concurrentie ontzettend hevig. Toch hebben wij dat raamcontract gewonnen van acht Europese deelnemers, grote internationale spelers. Onze ervaring in projectmanagement en gespecialiseerde productkennis waren daarbij doorslaggevend. Dankzij dergelijke projecten bouw je een mooie reputatie op. Ondertussen zijn we ook de bevoorrechte leverancier van de Nederlandse Rijkswaterstaat.

Nog een voorbeeld is het raamcontract dat we hebben gesloten met het Oostenrijkse Andritz. Zij zijn vandaag wereldmarktleider in waterkrachtprojecten. Zo mogen ze de bouw van de stuwdammen op de Amazone en op de Nijl op hun conto schrijven. Onlangs gaf Andritz ons een A+-rating, en daar zijn we bijzonder trots op.”

Verschillende markten, andere kansen

Xavier Bedert: “Dat zijn hoofdzakelijk noodstroomprojecten. Volgen de duurzame energieprojecten dan vanzelf?”

Jean-Pierre Van Wingen: “De Nederlandse markt is met haar eigen gasvoorziening een eilandje op zich qua energiebeleid, dus daar doorbreken is moeilijk. Dan biedt de Duitse markt veel meer opportuniteiten, met hun uitstap uit kernenergie. De Duitsers wakkeren echt een groene economie aan. Intussen hebben we er met onze duurzame energieprojecten zelfs klanten die per jaar individueel meer afnemen dan de Belgische markt in totaal.”

Xavier Bedert: “En wat wordt de volgende buitenlandse markt?”

Jean-Pierre Van Wingen:

“Voorlopig focussen we volop op Duitsland. Die markt ligt nog wagenwijd open. Typerend voor de energieprojecten, is de nog grotere behoefte aan service in vergelijking met de noodstroomprojecten, waar je vooral motoren hebt die stilstaan en pas draaien als het nodig is. In noodstroomprojecten is dus weinig sleet op de installaties, en bij-

gevolg is er ook minder service aan nodig. Bij energieprojecten draaien motoren net heel veel, want hoe meer ze draaien, hoe meer voordelen dat oplevert qua energiebesparing. Meer sleet betekent meer onderhoud. Dan moeten onze technici ter plekke aanwezig zijn, waardoor ons werkterrein beperkt is.”

“We willen ons niet vergalopperen, maar ook duurzaam ons exportplan uitwerken.”

Exportboosts

Xavier Bedert: “Kunnen alleen jullie servicetechnici dat onderhoud verzorgen?”

Jean-Pierre Van Wingen: “Sinds kort niet meer. Onze motoren kopen we in bij Perkins, onderdeel van de Caterpillar-groep. Binnen die groep is beslist dat gas prioriteit krijgt bij de ontwikkeling van motoren. Om hun markt van gasmotoren uit te bouwen, ondersteunen ze bedrijven als het onze door de service voor hun rekening te nemen. Zo moeten we niet langer rond onze kerktoren blijven. We kunnen nu wereldwijd onze installaties met Perkins-gasmotoren leveren, want het Perkins-netwerk is zeer breed vertakt. We hebben deze nieuwe manier van samenwerken onlangs in Duitsland opgestart, waar een Duitse distributeur zorgt voor de service en wij de opleidingen verzorgen.

Die Duitse partner heeft subdistributeurs in de helft van Europa, waardoor onder meer Italië, Griekenland, Bulgarije, Letland en Turkije potentiële afzetgebieden worden. Het plan is om onze aanwezigheid er stapsgewijs samen op te bouwen, waarbij wij het initiatief nemen.”

Xavier Bedert: “Biedt ook de miniwarmtekrachtkoppeling die jullie in 2010 lanceerden exportmogelijkheden?”

Jean-Pierre Van Wingen: “We verwachten toch dat die ons exportverhaal flink zal boosten. Grote warmtekrachtkoppelingprojecten hebben een lang

Bouw eerst sterke referenties op in uw thuismarkt, trek pas daarna de grens over.



traject: meetcampagnes, het uitdokteren van optimale scenario's, het bestek opmaken enzovoort. Dat drijft het budget omhoog. Zelfstandigen en kmo's hebben een kleiner vermogen nodig en hoeven niet op dezelfde individuele projectmatige manier te worden benaderd. Daardoor zijn niet alleen lagere prijzen mogelijk, maar groeit ook onze potentiële afzetmarkt.

De miniwarmtekrachtkoppeling kunnen we ondertussen in grotere volumes produceren, ook al bevat ze flink wat technologie. De sturingssystemen verlopen online, je kan ze via een smartphone met apps bedienen. Daarnaast is het een stabiel product, met lange onderhoudsintervallen. De service kan gerust gebeuren door lokale firma's die algemeen onderhoud verzorgen. Die evolutie naar fabrikant van een volumeproduct betekent voor ons een heuse omwenteling.

Momenteel bouwen we zo veel mogelijk referenties op in eigen land, daarna willen we ook internationaal vergelijkbare projecten uitrollen. We zien dat op een termijn van ongeveer vijf jaar, alhoewel we nu al opvallend veel aanvragen uit het buitenland krijgen."

Ecologisch en maatschappelijk verantwoord

Xavier Bedert: "Kostenbesparing is vaak een doorslaggevend argument om een zaakvoerder te overtuigen. Wat is de gemiddelde terugverdientijd van een miniwarmtekrachtkoppeling?"

Jean-Pierre Van Wingen: "Waarom zou je alleen groen handelen omdat het geld opbrengt? Dat is even absurd als geld krijgen om afval in de vuilnisemmer te gooien. Groen denken zou vanzelfsprekend moeten zijn. Maar goed, het kostenplaatje is inderdaad vaker een bepalende factor. Onze miniwarmtekrachtkoppeling is een investering ter waarde van een gemiddelde bedrijfswagen. Na ongeveer 7 jaar heb je die kost terugverdiend, maar wat belangrijker is: je zorgt voor minstens 20% minder CO₂-uitstoot."

\\ Energie-efficiëntie is de grootste brandstofvoorraad in Europa."

Xavier Bedert: "Bij E. Van Wingen zijn veel technische profielen aan de slag. Vinden jullie die makkelijk?"

Jean-Pierre Van Wingen: "Bij de laatste aanwervingen merken we dat dit vlotter verloopt dan pakweg vijf jaar geleden. De economisch moeilijke tijden en een verhoogde naambekendheid van ons bedrijf spelen daar wellicht een rol in. We hechten ook veel belang aan het behouden van onze talenten. Dat vertaalt zich in een personeelsbestand met bijzonder weinig verloop. Mentaliteit is daarbij een bindende factor: we willen met z'n allen kwaliteitsproducten leveren. Meer zelfs, we willen in onze niche de beste zijn. Ons werk is onze hobby, waardoor het fijn werken is. Dat maakt deel uit van ons

— ID —

Bedrijf: E. Van Wingen

Sector: engineering & techniek

Oppericht in: 1958

Omzet 2012: ± 11 miljoen euro

% van omzet 2012 gerealiseerd in het buitenland: ± 20%

Aantal medewerkers: 46

Aanwezig in: Nederland, Duitsland

MVO-beleid, waarvoor we binnenkort als een van de eerste Vlaamse kmo's verwachten een SR10-label van de keuringsinstantie Vinçotte te ontvangen."

Xavier Bedert: "Tot slot, welke tip geef je jonge ondernemers mee?"

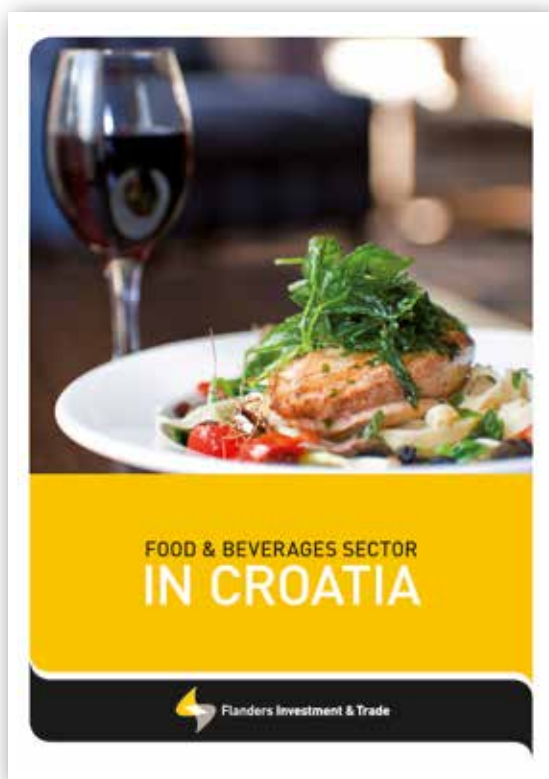
Jean-Pierre Van Wingen: "Blijf innoveren en denk op de lange termijn. Morgen dubbel zoveel verkopen is niet zo moeilijk, dan halveer je gewoon je prijzen, maar de uitdaging is om binnen vijf jaar nog te bestaan. Bouw aan een sterk personeelsbestand, hou kennis en expertise in huis en streef goede leveranciersrelaties na, want die creëren nieuwe mogelijkheden. Je merkt het, opnieuw is duurzaamheid het kernwoord. Dat blijft altijd terugkomen!"

Klaar voor de volgende stap in uw internationaliseringsproces?

Neem contact op met het provinciaal kantoor van FIT in uw buurt. Op www.flanderstrade.be vindt u alle adressen en contactinfo.

Geregeld bundelen onze Vlaamse Economische Vertegenwoordigers (VLEV's) de lokale zakenopportuniteiten in overzichtelijke marktstudies. Die kan u allemaal lezen en downloaden op www.flanderstrade.be, onder de rubriek 'Marktinformatie'.

Marktinformatie



Food and beverages sector in Croatia

Volgens de Kroatische Kamer van Economie genereert de productie van voeding, dranken en tabak 22,7% van het bbp in de industriële sector. Bovendien stelt de sector ongeveer 47.000 mensen te werk in meer dan 1.200 bedrijven. Deze marktstudie belicht enkele statistische data en geeft een overzicht van de huidige regelgeving, de export- en importprocedures en de belangrijkste overheidsinstanties. Ook gaat speciale aandacht naar de groeiende markt voor gezonde voeding. Tot slot krijgt u per subsector of product een uitgebreide contactenlijst.



Frozen vegetables market in Singapore

Naast een overzicht van de markt van diepvriesgroenten, gaat deze sectorstudie dieper in op distributiekanaalen, verkooppunten, trends en mogelijkheden voor Vlaamse exporteurs. Ook krijgt u meer informatie over de invoerreglementering in Singapore.



Pratiques commerciales au Liban

De economische vertegenwoordiger van Brussel Invest & Export (BIE) in Beiroet maakte een beknopte gids over de zakelijke gedragscode in Libanon.



Electric mobility in Spain

De Spaanse overheid ontwikkelde een strategie om het gebruik van elektrische voertuigen te stimuleren. Tegen eind 2014 wil ze er immers ongeveer 250.000 in het Spaanse verkeer krijgen. Ter ondersteuning krijgen bedrijfsplannen die elektrische mobiliteit incalculeren prioriteit.



Mode in Duitsland – Focus Berlijn

Deze studie onderzoekt de verschillende componenten van de modesector in Duitsland, met focus op Berlijn. Onder meer de productie, distributiekanaal, wetgeving en financiële stimuli komen aan bod. Nieuwkomers in de Duitse markt zullen flink wat opsteken van het overzicht van de vakbeurzen en actuele trends. Een verzameling van nuttige contacten en adressen sluit deze marktstudie af.

Download alle marktstudies op www.flanderstrade.be

Intussen ...

Sportartikelenfabrikant Nike opent nieuw distributiecentrum in Ham, goed voor 500 voltijdse arbeidsplaatsen.

Antwerpse klinische onderzoeksgroep genae sluit samenwerkingsakkoord met de cardiologische onderzoeksgroep van de Amerikaanse Yale University.

Investeringsfonds Sofindev III wordt meerderheidsaandeelhouder van Syx Automations. Dat Ieperse bedrijf is gespecialiseerd in software voor onder meer sportcentra, musea, dieren- en recreatieparken en theaters. Dankzij de nieuwe investeerder zal Syx Automations zich nog meer internationaal profileren.

Bij Carrefour Spanje lanceert het West-Vlaamse voedingsbedrijf Poppies International drie producten uit zijn glutenvrije assortiment. Beide partijen werden aan elkaar voorgesteld op een trefdag georganiseerd door FIT Madrid.

De openingswedstrijd van het WK Voetbal in Brazilië wordt gespeeld op kunstgras van Desso. Deze onderneming uit Dendermonde installeerde een natuurgrasmat versterkt met kunstvezels in het stadion van São Paulo.

Na een strategische deal met Amerikaanse aanbieder van betaalsystemen Merchant Warehouse, toont nu ook Zuidoost-Azië interesse in de Gentse start-up Posios. Zij ontwikkelden een mobiel kassasysteem voor iPhone en iPad. Dat wordt nu al in enkele Maleisische restaurants gebruikt. In Singapore tasten het restaurantwezen en de retail de mogelijkheden af.

Walter De Brouwer uit Aalst haalde meer dan 10 miljoen dollar op om zijn virtuele dokter in de VS op de markt te brengen. Met zijn toestel meet de patiënt zelf al zijn vitale functies.

Het Limburgse modebedrijf JBC opent eerste Duitse kindwinkel in Wuppertal.

Het Limburgse CEVA Logistics sloot een contract ter waarde van 3,5 miljoen euro met truck- en busbouwer Scania voor de levering van reserveonderdelen op het Iberisch Schiereiland.

De joint venture van de Antwerpse baggeraar DEME en de Singaporese groep Starhigh Asia Pacific riefde een monstercontract van 625 miljoen euro binnen in Singapore om Jurong Island uit te breiden. Daarvoor moet 148 hectare land op zee worden opgespoten.



2

Acquia, het softwarebedrijf van Antwerpenaar Dries Buytaert, staat op nummer 2 in de Fast 500, een ranglijst van de snelst groeiende technologiebedrijven in de VS. Daarvoor vergeleek consultancybureau Deloitte de omzet van een pak ondernemingen in 2012 met die van 2008. Over die periode bedraagt de groei van Acquia een indrukwekkende 84.171%.



wereld
WIJSDOSSIER

China

Van ongebreidelde expansie
naar kwalitatieve groei

Een grondgebied zo uitgestrekt als Europa, economische wereldmacht, land van superlatieven. Niet verwonderlijk dus dat ondernemers wereldwijd ervan dromen om op de denderende Chinese sneltrein te springen. Na decennia van ongebreidelde expansie slaat de volksrepubliek echter de weg van kwaliteit en duurzaamheid in. Is het nieuwe China nog steeds synoniem met onbegrensde zakenkansen? Wereldwijd sprak met experts en ervaringsdeskundigen.

De mythe van dé Chinese markt

FIT heeft drie kantoren in China: in Peking, Sjanghai en Guangzhou. Peter Christiaen (FIT Peking), Dirk Schamphelaere (FIT Guangzhou) en Sara Deckmyn (FIT Sjanghai) zijn onze Vlaamse Economische Vertegenwoordigers (VLEV's) ter plaatse. Zij stellen hun regio voor en houden een pleidooi voor focus: "Schiet niet op alle doelen tegelijk."

Peking (±20 miljoen inwoners)



Peter Christiaen, VLEV in Peking:

"Hoofdstad Peking is na Sjanghai de belangrijkste Chinese stad op economisch vlak. Behalve het politieke en culturele hart van het land is het ook de uitvalsbasis van de grootste Chinese staatsondernemingen en een basis voor buitenlandse bedrijven die contacten nodig hebben op het centrale regeringsniveau. Bovendien vormt de metropool een groot knooppunt voor spoor-, weg- en luchtverkeer."

Sjanghai (±23 miljoen inwoners)



Sara Deckmyn, VLEV in Sjanghai:

"Sjanghai ligt aan de monding van de drukbevaren Jangtse en is een van de grootste havensteden ter wereld. Het hinterland strekt zich uit tot Chongqing, de toegangspoort tot West-China. Als handels- en financieel centrum vormt de stad de bakermat van de Chinese boom, de bevolking is er dan ook zeer open-minded ten aanzien van buitenlanders."

Guangzhou (±9 miljoen inwoners)



Dirk Schamphelaere, VLEV in Guangzhou:

"De Guangdong-provincie is een van de industriële topgebieden van China. Guangzhou is niet de favoriete uitvalsbasis van de grote multinationals, wel van buitenlandse entrepreneurs pur sang die hun geluk beproeven in creatieve branches als gaming, web-design of nieuwe technologieën. Deze zuidelijke provincie is bovendien een belangrijk centrum voor de diamantindustrie."





Ik wil mijn product op de markt brengen in China. Hoe begin ik eraan?

Dirk Schamphelaere: "Eigenlijk is dat een verkeerde insteek. Vlaamse ondernemers bijten hun tanden soms stuk op deze markt door een gebrek aan focus. China is zo groot als Europa, je kan niet op alle doelen tegelijk schieten."

Peter Christiaen: "Inderdaad, binnen Europa is je aanpak voor de Poolse markt ook totaal anders dan voor pakweg de Nederlandse. China is een heel gefragmenteerd land, alle provincies hebben hun eigen culturele achtergrond, taal en ontwikkelingsniveau. En de verschillende provincies houden er andere reglementeringen op na, of op zijn minst andere interpretaties ervan."

Hoe ga ik dan wel op een gefocuste manier te werk?

Dirk Schamphelaere: "Richt je op één regio en probeer er zo veel mogelijk over te weten te komen, via de brede waaier aan beschikbare kanalen en instanties."

Peter Christiaen: "Neem vervolgens een ervaren businesspartner in de arm. Die kan je wegwijs maken in de talrijke reglementeringen en je om een aantal hindernissen heen loodsen. Besef echter dat je met die ene importeur vaak slechts die specifieke regio bestrijkt, wat hij ook beweert."

Waar zet ik best voet aan wal?

Sara Deckmyn: "De metropolen aan de oostkust vormen de ideale uitvalsbasis voor een eerste kennismaking. Sjanghai of Peking hebben een lange traditie in zakendoen met buitenlanders. Wie er al actief is maar nieuwe afzetmarkten zoekt, kijkt best ook in westelijke richting."

Al luidt het Chinese gezegde 'Crossing the river by feeling the stones', toch pleit Gwenn Sonck, Executive Director van de Vlaams-Chinese Kamer van Koophandel (VCKK), voor een strategische aanpak van de Chinese markt.

"Geef je netwerk tijd om te groeien en onderschat de verwachtingen van de Chinese markt niet."

"Het is zeker niet de bedoeling dat elke Vlaamse ondernemer zijn pijlen op China gaat richten", aldus Gwenn Sonck. "Wel slim is om na te gaan of er voor je bedrijf zakelijke opportuniteiten zijn op het vlak van export, investeringen ter plaatse of ondersteuning van Chinese bedrijven die in ons land investeren."

Gwenn Sonck raadt bedrijven aan eerst hun huiswerk te maken. Tal van organisaties kunnen daarbij helpen: "De verschillende lokale Vlaamse handelsvertegenwoordigers kunnen een beter inzicht geven in de markt en ondernemers voorstellen aan potentiële Chinese partners. Via haar netwerk van experts kan de VCKK inlichtingen verschaffen over juridische en wettelijke hindernissen. Bovendien publiceert de organisatie wekelijks updates met economisch nieuws en informatie op sectorniveau. Ook organiseren we regelmatig seminars om ondernemers een beter inzicht in de Chinese markt te geven. Ga daarnaast zeker te rade bij ondernemers die al wat jaren China op de teller hebben. Ook zij kunnen je vanuit hun ervaring om een aantal valkuilen heen loodsen."

"Trek enkel met onderscheidende producten richting China, en leg vol-

doende flexibiliteit aan de dag om tijdig te innoveren en in te spelen op de snel veranderende markt", voegt Gwenn Sonck toe. "Op beurzen leer je het kwaliteitsniveau van de aanwezige producten en het concurrentieveld kennen. Vergeet ook zeker niet om een beknopte voorstelling van je bedrijf mee te nemen naar beurzen, bij voorkeur in het Chinees. Leg de nadruk op je sterktes en expertise, en zet mooie referenties in de verf."

Tot slot wijst Gwenn Sonck op het belang van relaties: "Ook voor het uitbouwen van een professioneel netwerk zijn beurzen een ideaal startpunt. En uiteraard introduceren organisaties als de VCKK je via hun netwerk van contacten en relaties graag bij potentiële handelspartners. Om Vlaamse ondernemers de kans te geven hun netwerk verder uit te breiden, ontvangt de VCKK daarenboven geregeld delegaties uit China. Goede relaties – de zogenaamde 'guanxi' – met distributeurs, klanten en leveranciers maken immers onlosmakelijk deel uit van de Chinese zakencultuur. Geef je netwerk tijd om te groeien en onderschat de verwachtingen van de Chinese markt niet."

Chinese uitdagingen, Vlaamse opportuniteiten

Dat China een omwenteling doormaakt, hoeft geen betoog. Met het twaalfde Vijf-jarenplan voor de periode 2011-2015 wil de overheid de economie herbalanceren, waarbij binnenlandse bestedingen de motor moeten worden van duurzame groei. Dirk Schamphelaere, Peter Christiaan en Sara Deckmyn, onze experts ter plaatse, belichten de pijlers van dit ambitieuze plan en speuren tussen de regels door naar opportuniteiten voor Vlaamse ondernemers.

1. Een sterke binnenlandse economie

De Chinese overheid wil de economie 'herbalanceren'. Hoe precies?

Peter Christiaan: "China wil duidelijk afstappen van een economisch model dat louter op buitenlandse investeringen en export gebaseerd is. Van zodra de handel met de VS of Europa afkoelt, krijgt het land immers rake klappen. Daarom stimuleert de regering de evolutie naar een economie die veel meer op de lokale markt gericht is. De komende tien jaar moeten binnenlandse bestedingen de krachtigste motor worden van de economische groei."

Hoe pakt de overheid dat aan?

Peter Christiaan: "Ze investeert bijvoorbeeld zwaar in infrastructuur om de grote economische centra met elkaar te verbinden en het hinterland beter te ontsluiten. Twintig jaar geleden spoorde ik zeventien uur tussen Peking en Sjanghai. Vandaag doet een sneltrein er minder dan vijf uur over. Vormt die indrukwekkende infrastructuur de hardware van de economie, dan zijn de 1,3 miljard ambitieuze Chinezen de software. Daarboven staat een eenpartijstaat die de knopen doorhakt en het land naar een hoger niveau tilt."

Hoe staat het met de koopkracht van de Chinezen?

Peter Christiaan: "De afgelopen tien jaar zijn de lonen al enorm gestegen in China, en de volgende jaren zal die trend zich onverminderd doorzetten. Hoewel de salarissen in het binnenland nog een stuk lager liggen dan in de kuststreek, is er overal sprake van een snelgroeiende middenklasse die zich heel wat kan permitteren en zich wil omringen met exclusieve producten. Bijgevolg is een hele reeks luxeproducten tegenwoordig goed ingeburgerd."

Welke impact hebben die stijgende lonen op buitenlandse investeerders?


Peter Christiaan: "Buitenlandse ondernemingen die in China produceren om vervolgens hun afgewerkt product weer te exporteren, krijgen stilaan een kostenprobleem. Sommige keren China daarom de rug toe, andere profiteren juist van hun lokale aanwezigheid om hun producten beter af te stemmen op de kapitaalcrachtigere en zelfbewustere Chinese consument."

Met welke producten verleid je de Chinese middenklasse?

Peter Christiaan: "De concurrentie is sowieso moordend, want ondernemers wereldwijd dromen ervan om het hart van de bemiddelde Chinees te veroveren. Dus gooi je een relatief goedkoop en eenvoudig massaproduct op de markt, dan zal het niet lang duren voor je een veel goedkopere kopie van Chinese makelij ziet opduiken. Met speciale, gesofisticeerde of hoogtechnologische producten daarentegen scoor je wel. Chinezen vallen voor superieure kwaliteit die in eigen land niet te verkrijgen is. Bovendien is een complex product dat specifieke knowhow of ervaring vereist, veel moeilijker te kopiëren."

Chinezen vallen voor superieure kwaliteit die in eigen land niet te verkrijgen is."

Peter Christiaan



Rudi Eerdeken, secretaris-generaal van BWP, promoot Belgisch sportpaardenras bij gegoede Chinezen in Peking en Sjanghai:

“Raspaarden fokken en dresseren vragen kennis, feeling én emotie. Voor deze knowhow zullen de Chinezen zeker nog enkele decennia op Europa georiënteerd blijven.”


Onder toezicht van de overheid registreert de vzw BWP alle veulens van het Belgische Warmbloedpaard, een jong maar gerenommeerd sportpaardenras. Rudi Eerdeken, secretaris-generaal BWP: “We verenigen fokkers, handelaars en paardenliefhebbers, en we adviseren hen om het ras verder te verbeteren. Voorts zorgen we voor de promotie van onze paarden in binnen- en buitenland.”

Belgische warmbloeden worden via privéhandelaars overal ter wereld verkocht, daar is de vzw niet rechtstreeks bij betrokken. Maar bij de lancering van het sportpaardenras in de Chinese markt vervult BWP wel een actieve rol. Rudi Eerdeken licht toe: “China is een heel bijzondere markt. Sinds de Olympische Spelen van 2008 er de paardensport introduceerden, hebben rijke Chinezen hun zinnen gezet op sportpaarden. Maar we merkten dat ze moeilijk de weg vonden naar onze handelaars. Of dat deals afsprongen omdat de fokker de papierwinkel niet

in orde kreeg. Daarom vervult BWP sinds kort de rol van intermediaire en logistieke partner.”

Als een van de weinige landen ter wereld heeft België paarden opgenomen in zijn handelsprotocol met China. Een enorme troef volgens Rudi Eerdeken: “Voor ze in China mogen worden ingevoerd, moeten paarden minstens zes maanden in een protocolland hebben verbleven. Onze handelaars kunnen dus veel sneller in actie treden dan bijvoorbeeld de Duitsers.”

De groeiende Chinese middenklasse is op zoek naar standing en de paardencultuur past perfect in dat plaatje. “In Sjanghai en Peking schieten de manèges en riding clubs als paddenstoelen uit de grond. Een Belgisch expert leidt er zelfs een station voor kunstmatige inseminatie. Raspaarden fokken en dresseren vragen kennis, feeling én emotie. Voor deze knowhow zullen de Chinezen zeker nog enkele decennia bij Europeanen aankloppen.”



Nathan Petralia, creative director van Petralian, runt een branding- en webdesignbedrijf in Guangzhou (Foshan):

“Tot enkele jaren geleden werkten Chinese ondernemers vooral achter de schermen, in opdracht van grote Europese of Amerikaanse spelers. Vandaag willen ze met eigen kwaliteitsproducten de lokale of zelfs de internationale markt veroveren.”

In 2004 ruilde Nathan Petralia Roelare in voor China. Na een parcours binnen marketing en branding bij verschillende Amerikaanse, Belgische en Chinese bedrijven, besloot hij in 2009 zijn eigen bedrijf op te richten om buitenlandse bedrijven in China en Chinese bedrijven met internationaliseringsplannen te servicen: “De bekendste bedrijven laten hun website of campagne vaak door Saatchi & Saatchi of een andere reclamegigant ontwikkelen, maar niet iedereen beschikt over marketingbudgetten van die ordegröte. Momenteel branden we bijvoorbeeld voor een lokaal bedrijf een bronwater dat vlak onder de Russische grens wordt getapt en binnenkort in de Chinese markt wordt geïntroduceerd.”

Nathan Petralia legt uit waarom deze branche in China nog in zijn kinderschoenen staat: “Tot enkele jaren geleden werkten Chinese ondernemers vooral achter de schermen, in opdracht van grote Europese of

Amerikaanse spelers. Vandaag willen ze met eigen kwaliteitsproducten de lokale of zelfs de internationale markt veroveren.”

En dan is de tijd rijp om over merk-imago, huisstijl en website na te denken.

Nathan Petralia: “Wil een Chinees merk internationaal gaan, dan is de eerste stap vaak de omvorming van het Chinees logo naar een internationale variant. Bepaalde vormen en kleuren hebben in de Chinese cultuur een andere betekenis dan in de Europese, wat weleens moeilijkheden oplevert op het vlak van design. Rood is bijvoorbeeld positief, groen negatief.”

Bij Petralian werken vandaag vijf vaste medewerkers, aangevuld met een pool van freelancers. Zijn afkomst biedt Nathan Petralia een unieke troef: “Ik ken de Europese én de Chinese markt, dus vervul ik een brugfunctie voor lokale Chinese bedrijven die hun producten internationaal op de kaart willen zetten.”



2. Duurzame groei

Is China nog altijd de fabriek van de wereld?

Dirk Schamphelaere: "Nee, met de huidige hervormingen gooit de Chinese overheid het roer stevig om. De spreekwoordelijke fabriek van de wereld omturmen tot een innovatievere en vooral duurzamere economie is de boodschap."

Waarom kiest de Chinese overheid voor die radicale ommezwaai?

Dirk Schamphelaere: "Enerzijds omdat China niet langer kan concurreren met echte lageloonlanden als Cambodja, India of Vietnam. Dus moeten ze op een andere manier het verschil maken. Door nieuwe materialen toe te passen, of door te investeren in nieuwe technologieën en productietechnieken. Anderzijds omdat de verwoestende impact van de jarenlange ongebreidelde economische groei op het milieu en de volksgezondheid

almaar meer sporen nalaat. Aanpak van de milieuvuiling en efficiënter energieverbruik vormen dan ook de speerpunten van de nieuwe strategie."

Hoe willen de Chinezen dat aanpakken?

Dirk Schamphelaere: "Om knowhow en expertise op het vlak van cleantech binnen te halen, kijkt China naar het Westen. Voor Vlaanderen, dat een sterke reputatie heeft in milieutechnologie, farma en gezondheid, zijn de opportuniteiten legio. Verder vormen indrukwekkende bouw- en infrastructuurprojecten nog altijd de motor van de Chinese economie. Dus wie bouwondernemers daar kan adviseren over energiebesparende maatregelen, zal met open armen ontvangen worden."

Wat betekent deze omwenteling voor de Chinese bedrijven?

Dirk Schamphelaere: "Als gevolg van de jarenlange leverancierstraditie zijn er weinig sterke Chinese merken. Willen ondernemers hun productaanbod uitstraling geven, dan moeten ze investeren in branding en zich proactiever opstellen."

Willen Chinese bedrijven zich ook internationaal profileren?

Dirk Schamphelaere: "Absoluut. En dat is goed nieuws voor onze Vlaamse havens. Die vormen immers de toegangspoort tot Europa. We mogen niet vergeten om ook onze eigen strategische ligging uit te spelen bij Chinese exporteurs."

Kan China met dat nieuwe economische model even hard blijven groeien?

Dirk Schamphelaere: "Kwantiteit en double-digit groeicijfers ruimen stilaan plaats voor duurzame, gecontroleerde groei. Maar met groeipercentages van om en bij de 8% blijft het land hoge toppen scheren."

Om knowhow en expertise op het vlak van cleantech binnen te halen, kijkt China naar het Westen."

Dirk Schamphelaere

3. Actieve urbanisatiepolitiek

In het binnenland schieten steden als paddenstoelen uit de grond. Waarom zet de overheid zo sterk in op urbanisatie?

Sara Deckmyn: "Verstedelijking moet de binnenlandse bestedingen verder aanzwengelen. Wie naar de stad verhuist, ziet zijn loon stijgen en kan na verloop van tijd opklimmen op de sociale ladder. En omdat de economische centra aan de kust al overvol zitten, zijn de ogen op het hinterland gericht. Daar ruimt in ijlt tempo het platteland plaats voor ultramoderne miljoenensteden."

Is dat de bewuste Go West-politiek?

Sara Deckmyn: "Inderdaad, megalopolissen als Chongqing en Chengdu vormen de toegangspoort tot West-China. Met 31 miljoen inwoners is Chongqing de grootste stadsagglomeratie ter wereld en de snelst groeiende Chinese stad. Om de ontwikkeling verder te stimuleren, promoveerde de regering deze stad zelfs tot een 'nationale centrale stad', waardoor ze bestuurlijk rechtstreeks onder de centrale overheid opereert. Chengdu telt elf miljoen inwoners en is de meest westelijk gelegen stad die een rol van betekenis speelt in de Chinese economie."

Recent organiseerde FIT onder leiding van Vlaams minister-president Kris Peeters een groepszakenreis naar beide megalopolissen. Moeten Vlaamse ondernemers voortaan hun pijlen op West-China richten?

Sara Deckmyn: "Met deze zending wilden we Vlaamse ondernemers inderdaad wijzen op nieuwe zakenkansen ten gevolge van de verstedelijking van het Chinese binnenland. Of je nu actief bent in voeding, textiel, automotive, elektronica, IT, farma of de dienstverlening, voor onze bedrijven bieden deze nieuwe centra enorme opportuniteiten."

Sjanghai en Peking hebben een traditie in zakendoen met buitenlanders. Hoe zit dat in het binnenland?

Sara Deckmyn: "Hou rekening met een stroeve aanpak of een minder vlotte afhandeling van formaliteiten. Maar eens die horde genomen, is de beloning groot. De concurrentie is er minder groot en de inwoners zijn erg benieuwd om nieuwe dingen uit te proberen."

Dus wat in Peking of Sjanghai al passé is, kan daar nog hip worden?

Sara Deckmyn: "De nieuwe economische centra hebben nog wat tijd nodig om bij te benen, maar in China gaat alles ontzettend snel. Dus je ontsnapt nergens aan de algemene tendens dat de consument zelfbewuster en veeleisender wordt. Terwijl vroeger zowat elk buitenlands product met open armen werd ontvangen, moet je vandaag het verschil maken met inventieve, kwalitatieve goederen die maximaal inspelen op de lokale behoeften. En denk vooral niet dat de Chinese eisen een doorslag vormen van de Europese. Zo scoort een luxewagen hier pas als er voldoende beenruimte is op de achterbank. Want wie zich zo'n auto kan permitteren, heeft een chauffeur."

|| In het binnenland is de concurrentie minder groot en de inwoners zijn erg benieuwd om nieuwe dingen uit te proberen."

Sara Deckmyn





Marc De Schutter is Regionaal Manager Asia Pacific Human Resource & Integratie voor Puratos, met regionaal kantoor en productievestiging in Guangzhou:

“Door onze aanwezigheid in Chengdu, een van de dichtstbevolkte regio’s van het land, kunnen we onze klanten nog sneller en flexibeler servicen.”

Al sinds de jaren negentig produceert Puratos vanuit Guangzhou brood- en patisserie mixes voor de lokale Chinese markt.

Marc De Schutter: “In de beginjaren was er erg weinig lokale productie binnen onze branche. Op het moment dat de meeste andere producenten nog hun Europese mengsels invoerden, probeerden wij onze recepten al af te stemmen op de smaak van de Chinese consument.” Al gauw bleek dat dat smakenpalet erg afweek van het Europese, aldus Marc De Schutter: “Belgen houden bijvoorbeeld van krokant brood dat arm is aan vetten en suikers. Voor Chinezen moet een broodje zacht, zoet en vettig zijn.”

De stijging van het gemiddelde inkomen en de vlottere toegang tot online informatie hebben het verwachtingspatroon van de Chinese bevolking de afgelopen decennia grondig gewijzigd: “Ze eisen een grotere variëteit, kwalitatief hoogstaande ingrediënten en ze dragen voedselveiligheid hoog in het vaandel. We organiseren geregeld smaaktesten om de markt verder te differentiëren. Vandaag is onze receptuur voor Noord-China vaak anders dan die voor het zuiden van het land.”

Toen de overheid investeringen in West-China actief begon te promoten, opende Puratos een trainingscentrum in Chengdu.

Marc De Schutter: “We leiden er nieuwe medewerkers op en zetten er klanten op weg met onze recepten en producten. Door onze aanwezigheid in Chengdu, een van de dichtstbevolkte regio’s van het land, kunnen we onze klanten nog sneller en flexibeler servicen.”

Marc De Schutter merkt dat de stijgende loonkost en de strenge sociale wetgeving heel wat arbeidsintensieve bedrijven ertoe aangezet hebben om Zuid-China achter zich te laten. “Hoewel een hogere productiviteit die loonkost deels kan compenseren, blijft het een moeilijke evenwichtsoefening. Toch denkt Puratos niet aan delocaliseren, want de nabijheid van klant en consument is onze troefkaart.”

Factsheet China



1,3 miljard
inwoners (2012)



895 Belgen
ingeschreven in
Sjanghai (2013)



508 Belgen
ingeschreven in
Peking (2013)



163 Belgen
ingeschreven in
Guangzhou (2013)



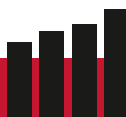
Standaardmandarijn
als officiële taal



9.569.960 km²
oppervlakte, 300 keer
de grootte van België



Munt: Chinese Yuan Renminbi
1 EUR = ± 8,3103 CNY (december 2013)



De OESO verwacht dat China tegen 2016 de grootste economie ter wereld zal zijn (OECD Economic Survey, maart 2013)

Belangrijkste exportbestemmingen (2012)



1. VS
17,2%



2. Hongkong
15,8%



3. Japan
7,4%



4. Zuid-Korea
4,3%



5. Duitsland
3,4%

Belangrijkste leveranciers (2012)



1. Japan
10,2%



2. Zuid-Korea
9,5%



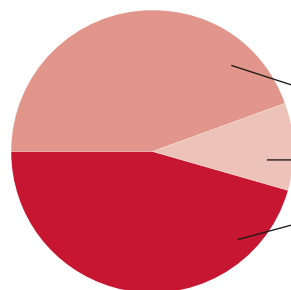
3. Taiwan
7,6%



4. VS
7,4%



5. Duitsland
5,3%



Aandeel economische sectoren in BBP (2012)

44,6% Diensten

10,1% Landbouw, bosbouw, visserij

45,3% Industrie

2012 →

China = 2e grootste
grootste economie ter wereld,
en de grootste exporteur ter wereld

GROEI VAN HET BBP: 2009: 9,2% | 2010: 10,4% | 2011: 9,3% | 2012: 7,8%
2013 (raming): 7,5% | 2014 (prognose): 7,4% | 2015 (prognose): 7,2%

VLAAMSE EXPORT: € 7,095 MILJARD (JAN-AUG 2013)

CHINA

16,2%	Voertuigen voor vervoer over land	Elektr. machines, apparaten en uitrustingsstukken	13,9%
10,4%	Machines, toestellen en mech. werktuigen	Machines, toestellen en mech. werktuigen	11,0%
9,3%	Organische chemische producten	Gietijzer, ijzer en staal	6,0%
9,1%	Koper en toepassingen	Schoeisel	5,9%
8,8%	Kunststof en toepassingen	Meubelen; artikelen voor bedden e.d.; verlichtingstoestellen	5,6%

VLAANDEREN

IMPORT VANUIT CHINA: € 11,868 MILJARD (JAN-AUG 2013)

Gooi uw intellectueel eigendom niet te grabbel



“Geloof niet wat er allemaal wordt gezegd of geschreven over intellectueel eigendom in China”, steekt Philippe Snel, partner bij De Wolf & Partners en hoofd van hun kantoor in Sjanghai, van wal. Volgens de advocaat beschikt het land wel degelijk over een performante wetgeving, maar gooien Vlaamse ondernemers zelf nog al te vaak hun intellectueel eigendom te grabbel. Maak gebruik van zijn vijf gouden tips en zet goed beschermd voet op Chinese bodem.

1 Registreer ook Chinese varianten van uw merk of logo

Philippe Snel: “China beschikt wel degelijk over een werkbaar systeem ter bescherming van het intellectueel eigendom. Denk dus niet dat bescherming onmogelijk of verloren moeite is. Maar je moet er wel zelf actie voor ondernemen. Bescherm – bij voorkeur voor je voor het eerst naar China komt – je merk, copyright en uitvindingen, en denk na over de registratie van eventuele Chinese varianten van je merk en logo.”

2 Hou uw ogen open

Philippe Snel: “China is een bijzondere markt die speciale aandacht vraagt. Al je zaken vanuit Vlaanderen beheren, is moeilijk, zeker voor de bescherming van je intellectueel eigendom. Neem de tijd om ter plaatse een betrouwbare businesspartner te selecteren. En motiveer die persoon om bijvoorbeeld op geregelde tijdstippen de bekendste Chinese e-commerce-sites te screenen. Voor malafide bedrijven zijn dat immers de ideale platformen om illegale kopieën aan de man te brengen.”

3 Reageer op inbreuken

Philippe Snel: “Ontdek je een inbreuk, schiet dan meteen in actie. Respect voor je intellectueel eigendom moet je vragen en desnoods afdwingen. Dat kan door administratieve of gerechtelijke acties te ondernemen. Hiervoor kan je je best laten bijstaan door de Chinese autoriteiten. Intellectueel eigendom is een strategische prioriteit voor de overheidsdiensten, van vooringenomenheid ten aanzien van buitenlandse bedrijven is nog nauwelijks sprake.”

4 Maak alle betrokkenen bewust

Philippe Snel: “In eigen land weet iedereen dat het kopiëren van een film diefstal is, in China moet dat besef nog groeien. Hou er dan ook rekening mee dat intellectueel eigendom voor Chinese zakenpartners of eventuele werknemers nog steeds een vrij abstract begrip is. Onderstreep daarom tijdens elke bespreking het belang ervan en maak het concept reëel door bijvoorbeeld stringente clausules in contracten op te nemen.”

5 Laat je Chinese domeinnaam niet kidnappen

Philippe Snel: “Registreer snel je Chinese domeinnaam, zodat die niet wordt gekidnapt door partijen die je later geld zullen vragen voor de vrijgave ervan. De registratie zelf moet je wel overlaten aan een vertrouwenspersoon die in China gevestigd is.”



**Meer weten over zakendoen
in China?**

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

Eind vorig jaar sloten we convenanten met Flanders District of Creativity (Flanders DC) en met Flanders Cleantech Association (FCA). In de volgende vijf jaar zullen we met beide organisaties onze strategische relatie verstevigen en onze samenwerking verder opdrijven.

Voor veel sectoren is internationalisering geen optie maar noodzaak. Goede voorbeelden zijn de creatieve sectoren en de cleantech-industrie.



FIT blijft zich VERSTERKEN!

Geen begrenzing voor creativiteit



De expertise van Flanders DC in ondernemingscreativiteit en creatieve sectoren is de perfecte aanvulling op onze ervaring in de internationalisering van de Vlaamse economie. Samen kunnen we de Vlaamse creatieve industrie nog beter ondersteunen: door kennis uit te wisselen en ons netwerk te delen. Daarom verlengden we ons convenant met Flanders DC met vijf jaar.

Concreet zetten FIT en Flanders DC samen de schouders onder initiatieven zoals het Districts of Creativity Network – een wereldwijd netwerk van creatieve regio's – het Creativity World Forum en andere grote internationale evenementen. Zo blikken we samen tevreden terug op een geslaagde Business of Design Week in Hongkong begin december 2013.

Cleantechindustrie moet wereldwijd mikken



Ook voor de Vlaamse bedrijven actief in cleantech is de eigen markt te beperkt en te beperkend. In deze industrie is clusterorganisatie Flanders Cleantech Association de logische partner voor een samenwerkingsovereenkomst.

In de komende vijf jaar zal FCA zijn sectorale kennis en netwerk ter beschikking stellen van FIT. Omgekeerd zullen wij FCA betrekken bij de ontwikkeling van een strategische visie op de bevordering van het internationaal ondernemen. Deze samenwerking zal ongetwijfeld een flinke meerwaarde bieden aan de Vlaamse cleantechbedrijven met internationale ambities!

Wil u meer weten over de convenanten van FIT?

Neem contact op met Peter Jaspers via peter.jaspers@fitagency.be.

IN BEELD

De prinselijke missie naar Angola en Zuid-Afrika



Vlaams minister-president Kris Peeters kondigde tijdens deze prinselijke missie, de eerste onder leiding van prinses Astrid, aan dat FIT een eigen antenne opent in de Angolese hoofdstad Luanda. Wereldwijd telt het buitenlandse FIT-netwerk nu 91 posten en 8 antennes.

Vlaams minister-president Kris Peeters, prinses Astrid, en vicepremier en minister van Buitenlandse Zaken Didier Reynders hadden in Luanda een meeting bij de Angolese staatsoliemaatschappij Sonangol.

De olie-industrie is goed voor 96% van de Angolese export. Niet te verwonderen dat 15 (toe)leveranciers van deze sector intekenden voor deze prinselijke missie.





Guiomar Antonio Dias, bestuurder van het Angolese conglomeraat GEFI, en Willy Versluys, General Manager van het Vlaamse Brevisco, ondertekenden in Luanda een handelsovereenkomst rond een duurzame visindustrie in Angola. Samen willen ze projecten opzetten rond onder andere viskweek, -vangst en -verwerking.

Willy Versluys was een van de 333 deelnemers aan deze prinselijke missie in oktober 2013.



Onze gedelegeerd bestuurder Claire Tillekaerts verwelkomde Christiaan Brans, General Manager van de Angolese onderneming Megalog, die de gloednieuwe antenne zal bemannen. Hij ondersteunt er onze Vlaamse Economische Vertegenwoordiger in Johannesburg Marc Schiltz.

Nadien trok de prinselijke missie naar Zuid-Afrika. In Johannesburg ondertekenden v.l.n.r. Koen Decort en Maarten Michielsens – respectievelijke Regional Country Manager South Africa en CEO bij het Vlaamse EcoNation – een distributieovereenkomst met Fred Arijs, CEO van Prodecom SA. Daarbij werd exclusiviteit bedongen voor Zuid-Afrika, Angola, Mozambique en Namibië.





Eddy Bruyninckx, CEO van het Antwerpse Havenbedrijf, Tau Morwe, CEO van Transnet National Ports Authority, en Paul Verkoyen, CEO van het Antwerp Flanders Port Training Centre (APEC) ondertekenden in Johannesburg een nieuwe MoU voor een periode van vijf jaar.

Transnet National Ports Authority, een divisie van Transnet Limited, controleert en beheert de zeven Zuid-Afrikaanse commerciële havens. Met deze samenwerkingsovereenkomst geven de partijen aan dat ze haventraining bieden om de Zuid-Afrikaanse vaardigheden in maritieme activiteiten aan te scherpen. APEC werkt al sinds 1992 samen met Zuid-Afrika en kan intussen bogen op ruim 1.200 Zuid-Afrikaanse alumni.



Ook op academisch vlak werden de banden aangehaald. Prinses Astrid schudt de hand van Rik Torfs, rector van de KU Leuven, tijdens een bezoek aan de Belgium Campus in Pretoria, in 1999 opgericht door twee Vlaamse ondernemers. Deze geregistreerde en geaccrediteerde hogeschool is gespecialiseerd in het opleiden van bachelors Toegepaste Informatica.



Behalve de economische en academische samenwerking, was er ook aandacht voor sociale aspecten. Prinses Astrid bezocht het township Khayelitsha in Kaapstad, waar ze werd verwelkomd door dansende en zingende vrouwen. Ze sprak er met de dr. Eric Goemaere van Artsen zonder Grenzen die er strijdt tegen aids. Levensnoodzakelijk in een township als deze, waar naar schatting 16% van de volwassenen hiv-positief is.



Zakendoen in Kenia: commitment is het sleutelwoord



Enkele maanden geleden werd de Keniaanse hoofdstad Nairobi opgeschrikt door een aanslag, en ook vandaag is waakzaamheid nog steeds geboden. Toch wil Trade Commissioner Ivan Korsak vooral benadrukken dat de groeiende economie van deze 'poort tot Oost-Afrika' flink wat zakenkansen biedt, niet in het minst voor buitenlandse ondernemers.

Ivan Korsak, Trade Commissioner op de Belgische Ambassade in Nairobi, heeft met zijn jarenlange ervaring in de regio een goed zicht op de grootste economie van Oost-Afrika: "Jaarlijks tekent deze liberale economie een groei van om en bij de 5% op. Landbouw en toerisme vormen er de pijlers van."

“Zo'n 20% van de Keniaanse stedelijke bevolking behoort tot de nieuwe, opkomende middenklasse.”

Voor buitenlandse ondernemers zijn de mogelijkheden legio. Ivan Korsak: "Eigenlijk is er binnen nagenoeg alle economische sectoren nog veel werk aan de winkel: bouw, farma, ICT, energie, machinebouw en financiële dienstverlening zijn slechts enkele voorbeelden. En de bestaande weg-, haven- en luchthaveninfrastructuren kunnen de groei amper bijbenen."

Nieuwe middenklasse

Zo'n 20% van de Keniaanse stedelijke bevolking behoort tot de nieuwe, opkomende middenklasse. Ivan Korsak:

"Groot- en kleinhandel behoren tot de sterkst groeiende sectoren. Heel wat luxegoederen bereiken Kenia via Dubai. Vlaamse producenten schrikken soms als ik hen vertel dat ik hun producten al heb gekocht."

Hebben Kenianen hun zinnen gezet op een product, dan willen ze het ook meteen kopen. Ivan Korsak: "Ter plaatse een stock aanleggen, is dus het overwegen waard. Toch merk ik dat veel Vlaamse ondernemers zich daar niet aan durven te wagen, waardoor ze de deal soms mislopen."

“Heel wat luxegoederen bereiken Kenia via Dubai. Vlaamse producenten schrikken soms als ik hen vertel dat ik hun producten al heb gekocht.”

IT-boom

De Keniaanse IT-sector tekent de meest indrukwekkende groeicijfers op. "Het afgelopen decennium maakte het land een drievoudige transformatie door, van mobiele telefonie over mobiel betaal-

verkeer tot internet", aldus Ivan Korsak. "Met de invoering van *mobile money* is Kenia een trendsetter op wereldvlak. Via sms kunnen klanten betalingen of andere financiële verrichtingen uitvoeren. Verschillende buitenlandse IT-bedrijven zijn intussen in het land neergestreken."

Zakelijke risico's

Van de openbare kredietverzekeraar Delcredere/Ducroire krijgt Kenia de slechtste waardering voor zakelijke risico's. Ivan Korsak: "Zorg daarom voor een degelijke financiële bescherming. En eis een volledige voorafbetaling. Tot slot werk je best project per project, zelfs binnen een samenwerking op langere termijn."

Commitment

Voor ondernemers die hun zinnen hebben gezet op deze Oost-Afrikaanse markt, heeft Ivan Korsak volgende wijze raad: "Ga er niet onvoorbereid heen. Trek vervolgens voldoende tijd uit om ter plaatse zicht te krijgen op je afzetmarkt, potentiële klanten, leveranciers en andere zakenpartners. Zakendoen vanaf afstand, is uitgesloten. En geduld is een schone deugd, want het Afrikaanse tijdsbesef is helemaal anders dan het onze. Kortom, *commitment* is het sleutelwoord."



kalender

Offshore Technology Conference Houston

5 tot en met 8 mei 2014

OTC is wereldwijd het grootste offshore olie- en gasforum. Ook in 2014 zal FIT er aanwezig zijn met een groepsstand, in samenwerking met de Agoria Carbon Energy Club.

INSCHRIJVEN? Tot 15 januari 2014 op
www.flanderstrade.be
CONTACT? Annemieke De Tollenaere
op 02 504 87 33 of
annemieke.detollenaere@fitagency.be

BIO International Convention San Diego

23 tot en met 26 juni 2014

BIO is een onmisbaar forum voor biotechbedrijven. Dat vindt plaats in San Diego, een van de grote biotechhubs in de VS. Samen met de gewesten en FlandersBio organiseert FIT er een groepsstand. Daarnaast worden tal van Vlaamse randactiviteiten georganiseerd.

INSCHRIJVEN? Tot 31 januari 2014 op
www.flanderstrade.be
Contact? Jeroen De Vuyst op 02 504 88 55 of
jeroen.devuyst@fitagency.be

GROEPS
STANDEN

Summer Fancy Food New York

29 juni tot en met 1 juli 2014

Summer Fancy Food is na 59 edities uitgegroeid tot een van de belangrijkste internationale voedingsbeurzen in Amerika. Volgende productcategorieën komen aan bod: voedingswaren, dranken en food processing.

INSCHRIJVEN? Tot 15 januari 2014 op
www.flanderstrade.be
CONTACT? Katty De Vos op 02 504 87 14 of
katty.devos@fitagency.be

Farnborough Airshow Farnborough

Wanneer? 19 en 20 juli 2014

Wat? Farnborough Airshow is, op Le Bourget (Parijs) na, de meest toonaangevende lucht- en ruimtevaartbeurs ter wereld. Zet er uw bedrijf in de kijker op onze 'Belgian Aerospace'-groepsstand (i.s.m. FLAG, AWEX en EWA (SKYWIN)).

INSCHRIJVEN? Tot en met 31 januari 2014 op www.flanderstrade.be

CONTACT? Jeroen De Vuyst op 02 504 88 55 of jeroen.devuyst@fitagency.be

PSB
STAND

conhIT Berlijn

6 tot en met 8 mei 2014

Vakbeurs van het Duitse BVITG (Bundesverband Gesundheits-IT), waarvoor de internationale aandacht sinds 2008 enorm groeit. Voor e-healthbedrijven kan deze beurs zelfs interessanter zijn dan Medica en CeBIT.

INSCHRIJVEN? Kan tot 31 januari 2014 op www.flanderstrade.be

CONTACT? Marianne Temmerman op 02 504 87 79 of marianne.temmerman@fitagency.be

**Vragen over internationaal ondernemen?
Stel ze aan het provinciaal kantoor in uw buurt!**

Antwerpen > 03 260 87 22
antwerpen@fitagency.be

Limburg > 011 29 20 80
limburg@fitagency.be

Oost-Vlaanderen > 09 267 40 80
oostvlaanderen@fitagency.be

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

West-Vlaanderen > 050 24 74 10
westvlaanderen@fitagency.be



Onderzoek hoe **exportrijp** uw bedrijf is

Bij duurzaam internationaal ondernemen komt heel wat kijken. Uw 'gewone' werkmethodes klakkeloos kopiëren in het buitenland is geen goed idee. Zo beperkt u zelf uw kansen. Wil u wel optimaal gewapend zijn om die vreemde markten aan te pakken, doe dan uw voordeel met onze tien slimme stappen voor internationaal ondernemen. In de komende tien maanden schotelen we u er hier telkens eentje voor.

De eerste stap gaat meteen naar de kern en vormt het fundament van uw exportplannen. Slaat u deze essentiële fase over, dan komt dat gegarandeerd als een boemerang terug. Investeer daarom op voorhand voldoende middelen in het op punt stellen van uw bedrijfsstructuur, afgestemd op internationaal ondernemen.

Heel het bedrijf moet mee

Alle neuzen moeten in dezelfde richting wijzen: van uw management over uw voorraadbeheerder tot uw transportverantwoordelijke. Daarnaast beschikt u best over een financiële reserve. In sommige markten duurt het immers even vóórleer uw inspanningen zullen renderen. Ook moeten de juiste, ervaren profielen aanwezig zijn. Tot slot zullen uw internationaliseringsplannen flink wat logistieke gevolgen hebben.

Geniet van de expertise van anderen

Gelukkig bent u niet de eerste Vlaamse ondernemer met internationale ambities. Vele duizenden hebben – soms met vallen

en opstaan – die sprong gewaagd, vaak met resultaten die in eigen land onmogelijk waren geweest. Daarbij is FIT doorgaans een vertrouwde partner.

Op basis van al die ervaringen ontwikkelen we de Exportmeter en de Dienstenmeter, auditinstrumenten die uw internationale slaagkansen meten. Daarvoor komt onze Adviseur Exportvaardigheden bij u langs om uw bedrijf door te lichten.

Uw prestaties onder de loep

De Exportmeter en de Dienstenmeter meten uw prestaties in een aantal domeinen zoals:

- aankoop;
- verkoop en orderbehandeling;
- marktonderzoek, marketing en klanten;
- onderzoek en ontwikkeling;
- personeelsbeheer;
- bedrijfsleiding.

Bent u een productiebedrijf, dan leggen we ook uw afdelingen planning en productie, en magazijn en distributie onder de scanner. Bij dienstverlenende bedrijven onderzoeken we performantie als extra domein.

Uw voordelen

Naast een objectief beeld van de sterktes en zwaktes van uw onderneming, ontvangt u een concreet actieplan met verbeterpunten, tips en aanbevelingen om uw bedrijf helemaal exportklaar te maken. Bovendien is deze dienstverlening gratis, maak er gebruik van! U kan de Exportmeter in verschillende fases van uw internationaliseringsverhaal laten uitvoeren. Ook meer ervaren exporteurs vinden de resultaten verrijkend. Of verrassend omdat bepaalde topics – soms vrij cruciale – aan de dagdagelijkse aandacht ontsnappen.

Vraag uw Exportmeter aan

Wil ook u het maximum uit export halen? Dan is de juiste bedrijfsorganisatie onontbeerlijk. Laat ons een externe, objectieve helikopterblik werpen op uw activiteiten en processen. Neem daarvoor contact op met het provinciaal kantoor in uw buurt. U vindt alle contactinfo op www.flanderstrade.be.



DOWNLOAD DE GRATIS MOBIELE APP 'FIT ACTIES'

Raadpleeg altijd en overal het up-to-date overzicht van al onze acties. Meld uw interesse en schrijf u in voor acties. Mail uw vraag rechtstreeks aan de actieverantwoordelijke. Zoek de actie die past bij de noden van uw bedrijf en stel nog efficiënter uw jaarplanning op.

Apple iTunes store
(iOS 6 & 7)



Google Play store
(Android 4)



Microsoft Windows
Phone store (WP8)



Flanders Investment & Trade
Vlaams Agentschap voor Internationaal Ondernemen