

BELGISCHE ONDERNEMERS TREKKEN OP **MISSIE NAAR CHINA**

De Chinese goudkoorts

Midden deze maand vertrekken 632 Belgen met prinses Astrid op handelsmissie naar China. Nooit lokte een Belgische handelsmissie zoveel deelnemers. **Jozef Vangelder**

Hopelijk hebben de deelnemers geen verkeerde verwachtingen”, zegt Bart Horsten, de CEO van Horsten International, een Turnhouts advieskantoor dat al 23 jaar kmo’s begeleidt op de Chinese markt. Horsten heeft het land zien veranderen. “De Chinezen zitten niet meer te wachten op westerlingen. Ze hebben nu zelf geld en technologie.”

Alleen wie gespecialiseerde kennis meebrengt, maakt een goede kans. Niet toevallig focust de handelsmissie op sectoren als milieutechnologie, afvalbehandling en farma, terreinen waar de Chinezen nog expertise missen. Ook voeding hoort daarbij (zie kader *Alibaba en de Belgen*). “China heeft heel wat voedselschandalen gekend”, zegt Horsten. “De middenklasse is op zoek naar hoogwaardige voeding, waarvan de veiligheid 100 procent verzekerd is.”

Onze technische betrouwbaarheid is een bijkomende troef. “Als een Europees bedrijf een product lanceert, dan staat het op punt. Een Chinees bedrijf lanceert veel sneller een product, ook al het is het nog niet klaar, om zo snel marktaandeel te winnen”, weet Horsten. “De technologie schaaft het achteraf wel bij. Het gevolg laat zich raden. Kijk bijvoorbeeld naar de onbemande

winkels, die met veel fanfare geopend worden in China. Drie maanden later zijn er alweer heel wat verdwenen, wegens te veel mankementen.”

Weinig transparantie

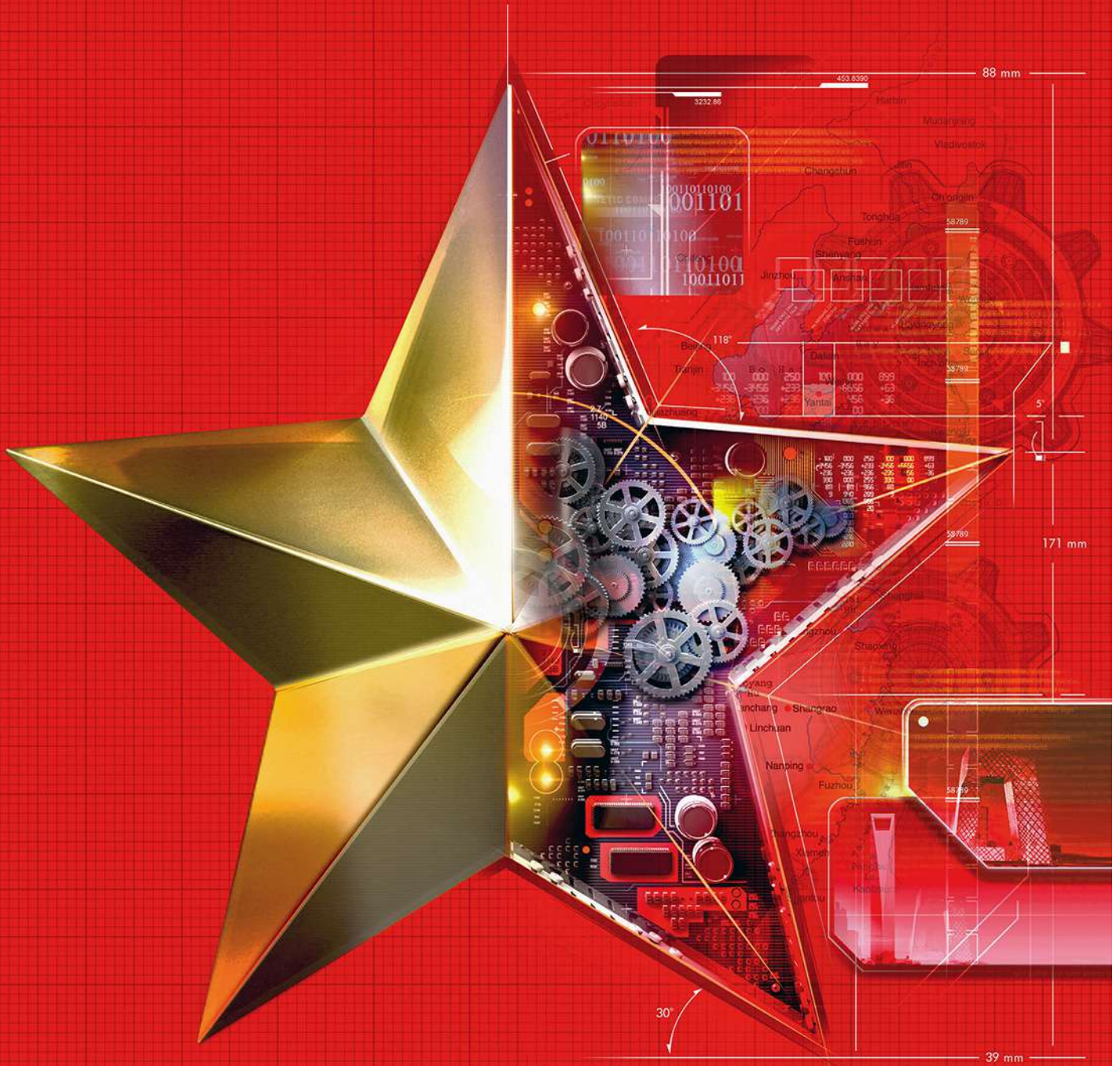
Maar expertise en betrouwbaarheid volstaan niet om in China succes te boeken. “Het is niet omdat je het elders in de wereld gemaakt hebt, dat dat ook in China zal lukken”, zegt Horsten. “Westerse ondernemers trappen al te vaak in de typisch Chinese beloftecultuur. Veel Chinese zakenpartners stellen zich beter voor dan ze in werkelijkheid zijn. Imago is alles in China. Het gevolg is dat westerse bedrijven dikwijls contracten ondertekenen op basis van verkeerde veronderstellingen. Daar komen problemen van die achteraf moeilijk recht te trekken zijn.”

Een andere valkuil is gebrek aan transparantie. “Chinezen opereren in netwerken. Het is bijna onmogelijk te weten wie echt aan de touwtjes trekt”, zegt Horsten. “Uw Chinese gesprekspartner is slechts een radertje in een groter systeem. Veel beslissingen zijn al genomen. Je ziet het vaak: de Belgische ondernemer doet zijn presentatie, de Chinese tegenpartij geeft de indruk geïnteresseerd te zijn en trakteert zelfs op een dagje *sightseeing* in de stad. Achter- ➔

ALIBABA EN DE BELGEN

Belgische voeding en dranken doen het goed in China, met een afzet van 265 miljoen euro in 2018. Enkel de VS zijn belangrijker als overzeese afzetmarkt, met 685 miljoen euro. Die rangorde zal niet snel veranderen, maar Fevia werkt eraan. De sectorfederatie organiseert een ontmoeting met de Chinese e-commercegigant Alibaba. “Belgische voeding en dranken zijn al te koop op de platformen van Alibaba, maar het aanbod is klein”, zegt Tine Vandervelden van Fevia. “We bekijken mogelijkheden om dat uit te breiden, ook in de rekken van Freshippo, de fysieke winkelketen van Alibaba.” Bart Horsten tekent tijdens de handelsmissie een intentieverklaring met Alibaba voor een virtueel Belgisch paviljoen op Tmall Global. Dat is het platform van Alibaba waarop Chinese consumenten buitenlandse merkproducten kunnen kopen. Horsten wil daar de krachten bundelen met kleinere Belgische merken, en de marketing en logistiek voor zijn rekening nemen. “De Belgische kmo zal zonder veel gedoe de Chinese markt kunnen testen”, zegt Horsten. “De Chinese consument is zeker dat het om een product van Belgische makelij gaat, en geen namaak.”

CHINA
Alleen wie gespecialiseerde
kennis meebrengt,
maakt nog een goede kans.



➤ af blijkt het niet meer dan zand in de ogen te zijn geweest.”

Goed nieuws is dat de roemruchte Chinese kopieercultuur over haar hoogtepunt heen lijkt te zijn. “De Chinezen ontwikkelen zelf veel technologie. Dat maakt hen bewust van het belang van intellectuele eigendomsrechten”, zegt Horsten. “Ga je in zee met een Chinese ondernemer, dan kan een advocaat een contract opstellen met een sluitende regeling voor de intellectuele eigendom. Maar het blijft China. Je moet ook de toestand op het terrein opvolgen, want daar loopt het vaak fout. Je Chinese zakenpartner die aan de overkant van de straat een nieuwe productielijn opzet met jouw technologie: het is geen indianenverhaal. In China is niks vanzelfsprekend. Wat vandaag is, kan morgen anders zijn.”

Aardappelen

Het schrikt Romain Cools niet af. De algemeen secretaris van Belgapom, de federatie van Belgische aardappelhandelaars- en verwerkers, is een overtuigd deelnemer aan de handelsmissie. België is de grootste exporteur ter wereld van diepvriesfrietten, maar iedereen blijft ze *French fries* noemen, ook in China. Enkele spraakmakende events tijdens de handelsmissie moeten die naamgeving corrigeren. “Stel je voor



dat alle Chinezen voortaan over *Belgian fries* spreken”, hoopt Cools.

Cools gaat niet alleen naar China om te verkopen. Hij wil vooral helpen. “In 2015 startte China een campagne om de aardappelteelt te promoten bij de Chinese boeren”, zegt Cools. “Aardappelteelt vergt minder landbouwgrond dan de teelt van rijst en granen, en verbruikt ook minder water. Dat is een belangrijk voordeel in een land dat met droogte kampt. Maar de Chinese aardappelteelt floreert niet, de kwaliteit

FRESHIPPO

Fevia hoopt het aanbod aan Belgische voeding in de fysieke winkelketen van Alibaba te kunnen uitbreiden.

blijft ondermaats. Samen met de Boerenbond, het onderzoekscentrum VITO en andere zullen we de Chinese aardappelboeren helpen. Wij willen voor China geen concurrent zijn, maar een partner. Dat is veel duurzamer dan producten droppen op de markt.” ☉

CHINA VERSLAAT MAROKKO

Met zijn 632 deelnemers verpulvert de handelsmissie naar China het vorige record van de handelsmissie naar Marokko, die vorig jaar 469 deelnemers lokte. De cijfers komen van het Agentschap voor Buitenlandse Handel, dat de missie organiseert. “De Chinese markt heeft nog heel wat potentieel en dat beseffen de Belgische bedrijven”, zegt Fabienne L’Hoost, de directeur-generaal van het ABH. “Kijk maar naar de geplande ondertekeningen van contracten en principeovereenkomsten tijdens de missie. De teller staat op 55, maar dat aan-

tal stijgt nog elke dag.” De missie telt 282 bedrijven, vertegenwoordigd door 465 zakenmensen. Er reizen ook elf universitaire instellingen mee, goed voor 25 academici. De rest van de groep bestaat uit ministers, ambtenaren, vertegenwoordigers van werkgeversverenigingen, journalisten, en uiteraard prinses Astrid. “Het feit dat de prinses aan het hoofd staat van de handelsmissie opent deuren bij de Chinese overheid”, zegt L’Hoost. “Onze koning was in 2015 op staatsbezoek in China. Hij heeft toen nauwe banden gesmeed met de Chinese

president. Ook dat is essentieel voor het succes van de missie.” Dat de Belgen welkom zijn, valt ook af te lezen aan de naam van de gastheer in de hoofdstad Peking. De missie wordt er ontvangen door vice-president Wang Qishan, algemeen beschouwd als de tweede machtigste man van China, na president Xi Jinping. “De ontvangst door de vice-president moet wel nog bevestigd worden”, nuanceert L’Hoost. “Maar de Chinese overheid is enthousiast over onze komst, dat voelen we. In het huidige klimaat van han-

delsconflicten is dat niet verwonderlijk. Ik kreeg te horen dat China deze missie als het belangrijkste officiële bezoek van dit jaar beschouwt.” Meteen na de missie vliegen 44 Vlaamse deelnemers door naar Hongkong voor afspraken met lokale zakenmensen, een initiatief van Flanders Investment and Trade, het Vlaamse overheidsagentschap dat ondernemers helpt in het buitenland. “Het regelen van de afspraken verliep vlotter dan verwacht, ondanks de onrust in Hongkong”, zegt Claire Tillekaerts, de CEO van FIT. “Dat is bemoedigend.”