

Oser entreprendre au-delà des frontières

Des entrepreneurs flamands au Vietnam

Affichant une croissance de 6,3 % en 2012, l'économie vietnamienne poursuit son ascension. Au Vietnam, le PIB par habitant a doublé entre 2005 et 2011. Grâce à la naissance d'une classe moyenne solide, les Vietnamiens accordent également de plus en plus d'attention à leur santé et à des produits de qualité, même si ces derniers sont nettement plus onéreux. Des tendances comme la technologie, l'expression de soi et le statut ont de plus en plus le vent en poupe. Koen Sap, directeur M&A, a accompli la mission de la Chambre de Commerce (Voka) avec ce tigre asiatique, et s'est lancé à la recherche de PME belges ayant osé laisser éclore leur envie d'entreprendre en Extrême-Orient.

Saigon River Factory

Peter Arts et Hedwig Pira, anciens propriétaires-fleuristes à Anvers formant un couple à la ville, étaient intéressés par les produits de décoration. Vu la rareté de l'offre, ils éprouvaient des difficultés à accroître leurs revenus. « C'est pourquoi nous avons décidé de changer de cap et de partir à la découverte de nouveaux horizons en nous lançant dans la production de matériel de décoration. » Leur quête de nouveaux matériaux les a conduits, depuis la Belgique, en Pologne pour finalement atterrir au Vietnam. « Il y a dix ans, posséder une usine, pour un étranger, était une chose impossible. La plupart des étrangers se lançaient alors dans des coentreprises avec des investisseurs vietnamiens », témoigne le couple. Pour leur première usine, ils se sont donc associés à un investisseur vietnamien et deux investisseurs belges. Aujourd'hui, Saigon River Factory est entièrement aux mains du couple belge et un nouvel associé, qui y avait suivi un stage, a récemment fait son entrée. Afin de préserver l'emploi

des 160 travailleurs, les propriétaires surfent sur la vague des nouveaux matériaux et jouent la carte de l'authenticité, du professionnalisme et de l'originalité.

Brand Partner

Kristof Claes, spécialiste en marketing, a déjà une passionnante carrière internationale derrière lui. Après avoir travaillé pendant cinq ans pour Scottisch & Newcastle, il quitta la Suisse pour rejoindre le Vietnam et y travailler pour ce brasseur international. La vente du groupe signa cependant la fin de son contrat. « Après mon licenciement, j'ai lancé le pari avec plusieurs anciens collègues de la brasserie de monter notre propre affaire dans un secteur entièrement différent », explique Kristof. Brandpartners importe des produits de Belgique pour les lancer sur le marché vietnamien. La logique économique du business porté par les coûts est ainsi totalement inversée. « Notre public cible est principalement la classe moyenne supérieure qui attache beaucoup d'importance à l'image et au luxe. » L'entreprise assure l'importation de poêles et casseroles de la marque BergHoff qui sont revendues par le biais de différentes enseignes. C'est à Saigon, la plus grande ville du pays, qu'ils ont aujourd'hui ouvert un Flagship store dans un luxueux centre ultra moderne. Leur effectif est de 16 personnes.

Belcholat

Après la vente de son bureau de comptabilité, Dirk Nollet a osé partir à la découverte de nouveaux horizons et a donc embrassé une nouvelle carrière au Vietnam. Grâce à l'épanouissement de l'économie de marché, l'entrepreneur-aventurier fut capable de sortir son épingle du jeu en 1999 grâce à un célèbre produit d'exportation belge : le chocolat. Il s'est établi dans la capitale, Hanoï, et a permis à trois de ses collaboratrices de suivre une formation en Belgique afin qu'elles soient en mesure de prendre en charge l'administration, le marketing et la direction générale. Il y a quelques années, le producteur de chocolat belge y a implanté sa propre usine et, au point fort de la saison, y emploie 100 personnes. Vu que les Vietnamiens se tournent de plus en plus vers la qualité, ils s'intéressent au chocolat. « La classe moyenne, en pleine expansion, peut de plus en plus se permettre d'acheter des aliments de qualité », explique M. Nollet. « Les Vietnamiens sont en outre des personnes qui travaillent dur et qui sont fidèles à leur employeur. » Ajoutez-y des coûts salariaux relativement faibles et vous obtiendrez la recette pour croître dans un marché en pleine expansion.

