

Durven grensoverschrijdend ondernemen

Vlaamse ondernemers in Vietnam

Met een economische groei van 6,3% in 2012, beleeft de Vietnamese economie een steile opmars. Het BBP per capita verdubbelde tussen 2005 en 2011. Door het ontstaan van een solide middenklasse, besteden Vietnamezen ook steeds meer aandacht aan hun gezondheid en kwalitatieve producten, ook al zijn die merkbaar duurder. Trends als technologie, zelfexpressie en status treden steeds meer op het voorplan. Koen Sap, director M&A, vervoegde de Voka missie naar deze Aziatische tijger en zocht er enkele Belgische kmo's op die het hebben aangedurfd om hun ondernemingslust in het Verre Oosten te laten botvieren.

Saigon River Factory

Het koppel Peter Arts en Hedwig Pira, de voormalige eigenaars van een bloemenzaak in Antwerpen, vertoonden interesse in decoratieproducten. Omdat het aanbod schaars was, konden ze hun opbrengsten moeilijk verhogen. "Daarom besloten we om het over een andere boeg te gooien en nieuwe creatieve horizonten te verkennen door zelf met de productie van decoratiemateriaal te starten". Hun zoektocht naar nieuwe materialen dreef hen via België langs Polen om uiteindelijk in Vietnam te belanden. "Als buitenlander was het een decennium geleden niet mogelijk om een eigen fabriek te bezitten. De meesten gingen dus een joint-venture aan met Vietnamese investeerders", getuigt het koppel. Voor hun eerste fabriek gingen ze daarom in zee met een Vietnamese en twee Belgische investeerders. Vandaag is Saigon River Factory volledig in handen van het

Belgisch koppel en recentelijk is een nieuwe vennoot in de zaak gestapt die er stage heeft gelopen. Om de 160 werknemers van een continue werkzekerheid te voorzien, zetten ze volop in op nieuwe materialen, authenticiteit, vaardigheden en originaliteit.

Brand Partner

De marketeer Kristof Claes heeft al een boeiende internationale carrière achter de rug. Na vijf jaar actief te zijn voor Scottish & Newcastle, ruilde hij Zwitserland in voor Vietnam om er aldaar voor deze internationale bierbrouwer te gaan werken. De verkoop van de groep mondde echter uit in zijn ontslag. "Na mijn ontslag heb ik het er op gewaagd om met enkele ex-collega's uit de brouwerij een eigen zaak op te richten in een volledig andere sector", verklaart Kristof. Brandpartners importeert producten uit België om die op de Vietnamese markt te lanceren. Hiermee wordt de economische logica van kostengedreven zakendoen volledig omgedraaid. "We profileren ons voornamelijk naar de beter bemiddelde burger die veel belang hecht aan imago en weelde". Het bedrijf stak van wal met de import van Belgische potten en pannen van het merk BergHoff en verdeelt die via diverse shops. In de grootste stad Saigon bezit het ondertussen een Flagship store in een hypermodern luxecentrum en werkt het met 16 personeelsleden.

Belcholat

Na de verkoop van zijn eigen accountancykantoor durfde Dirk Nollet het aan om nieuwe horizonten te verkennen en richtte zijn pijlen hiervoor op Vietnam. Door de ontluikende vrijemarkteconomie wist de ondernemer-avonturier in 1999 te scoren met het meest befaamde Belgische exportproduct: chocolade. Hij vestigde zich in de hoofdstad Hanoi en liet drie medewerkers opleiden in België om in te staan voor administratie, marketing en algemene leiding. Enkele jaren geleden plantte de Belgische chocoladeproducent haar eigen fabriek neer om er in het hoogseizoen 100 mensen tewerk te stellen. Dat Vietnamezen steeds meer aandacht besteden aan kwaliteit, uit zich in hun interesse voor chocolade. "De groeiende middenklasse kan het zich stilaan veroorloven kwalitatieve voeding aan te schaffen", aldus Nollet. "Vietnamezen zijn bovendien harde werkers en bedrijfstrouw." Neem daarbij nog de relatief lage loonkost en je hebt het perfect recept om als onderneming te groeien in een expansieve markt.

