

Belgen surfen mee op luxehausse in Brazilië

De verkoop van luxe in Brazilië boomt. Niet verwonderlijk: 29 miljoen Brazilianen kunnen zich luxueuze producten, wagens, kleding en sieraden veroorloven. Ook Belgische bedrijven springen op die trein.

KATY SHERRIFF, ONZE CORRESPONDENTE IN SÃO PAULO

'Bom dia, wees welkom!' In de Rua Oscar Freire in São Paulo word je in elke zaak verwelkomd door opvallend vriendelijke en goeduitziende verkopers. De chicste winkelstraat van Brazilië is al jaren het winkelparadijs voor de hoogste welvaartsklasse van het land. Die kleine groep Brazilianen groeit gestaag en geeft steeds meer uit. Shoppingcenters met vooral luxekledingzaken schieten in het hele land als paddenstoelen uit de grond. Internationale luxemerken als Gucci, Dolce&Gabbana en Luis Vuitton openen in snelt tempo nieuwe winkels.

'Het is duidelijk te merken in onze verkoopcijfers dat er meer mensen meer geld kunnen besteden', bevestigt Teddy Paes, marketingmanager van het Braziliaanse kledingmerk Victor Hugo. Het bedrijf bestaat bijna veertig jaar en is in heel Brazilië te vinden. Ook in de Rua Oscar Freire. Paes is niet bang voor de buitenlandse concurrentie die nu aan de Braziliaanse poorten rammelt. 'Concurrentie is alleen maar gezond. Met zeventig eigen zaken en meer dan 350 verkooppunten in dit enorme land zijn we sterk aanwezig.'

De groep van rijkste Brazilianen die zich luxeproducten kunnen veroorloven, beslaat zo'n 15 procent van

KORT

De groep Brazilianen die zich luxe kunnen permitteren, groeit gestaag aan. Ook Belgische uitvoerders van onder meer juwelen en chocolade hebben begrepen dat in het Latijns-Amerikaanse land een enorme afzetmarkt wacht. Hoge importbelastingen en een zware bureaucratie houden hen niet tegen.



Het Morumbi-shoppingcenter in São Paulo. Overall in Brazilië openen luxekledingzaken. © BLOOMBERG

15

procent

Zo'n 15 procent van de Brazilianen kan zich luxeproducten veroorloven. Dat zijn 29 miljoen mensen, of meer dan alle Belgen en Nederlanders samen.

de bevolking. Dat zijn zo'n 29 miljoen mensen. 'Het gaat om meer dan alle Belgen en Nederlanders samen', zegt Yves Lapere, Vlaams economisch vertegenwoordiger in São Paulo. 'Dat is dus zeker een interessante doelgroep.'

Het internationale adviesbureau Bain&Company verwacht dat die afzetmarkt de komende vijf jaar met 25 procent groeit. Brazilië is daarmee veelbelovend voor producenten van luxegoederen, ook uit Europa. 'Er zijn zeker Belgische luxeproducten die hier kunnen aanslaan. Denk maar aan Antwerpse juwelen.'

Steven Boelen, directeur van het Antwerpse juwelenmerk Baunat, is alvast enthousiast. 'In 2013 gaat onze website in het Portugees online en we hopen in 2014 een kantoor in Brazilië te openen', vertelt hij. Het luxesieradenbedrijf verkoopt 95 procent van zijn juwelen online. 'Brazilië is voor ons erg interessant. Niet alleen vanwege die groeiende hoge welvaartsklasse, maar ook omdat er goed breedbandinternet aanwezig is. En Brazilianen kopen al graag online.'

Baunat ziet zijn afzetmarkt extrem snel verschuiven naar buiten

Europa. 'Vorig jaar begonnen we in China. We verkochten toen nog zo'n 90 procent binnen Europa en 10 procent in China. Dat wordt dit jaar al 25 procent', zegt Boelen. 'Na China richten we ons op Brazilië. Onze webshop wordt nu naar het Portugees vertaald.'

Wat helpt is dat rijke Brazilianen, net als Chinezen, van buitenlandse producten houden. 'Ze rijden het liefst met een Duitse auto, drinken Franse wijn, hebben een Zwitsers horloge en eten Schotse zalm. Het Europese imago van klasse en design is een sterke troef. En Antwer-

pen heeft wereldwijd een goede naam als het om diamanten sieraden gaat.'

Het Belgische chocolademerk Neuhaus is al langer op de Braziliaanse markt actief. 'We hebben een eigen zaak in een shoppingcenter hier in São Paulo. We zien dat de verkoop iets toeneemt, al hebben we vooral vaste klanten voor onze pralines', zegt importeur Mirella Ranzini.

Het lastigst voor de import in Brazilië zijn de hoge importbelastingen en de bureaucratie. 'Ons product moet veilig en snel worden geïmporteerd, dus met het vliegtuig. Daarop is de hoogste importbelasting van toepassing. Daarnaast is het agentschap voor de voedselveiligheid heel bureaucratisch.'

Economisch vertegenwoordiger Yves Lapere bevestigt die ervaring: 'De Braziliaanse bureaucratie is erg moeilijk voor buitenlandse bedrijven. Er zijn erg veel regels, deels om de interne markt te beschermen.' Volgens recent onderzoek besteden bedrijven in Brazilië de meeste uren aan administratie in heel Latijns-Amerika. 'Daarbij loopt de importbelasting op tot ongeveer 50 procent. Een bedrijf kan dan wel overwegen lokaal te gaan produceren, zoals de bierbrouwer AB InBev ook doet.'

Baunat-directeur Boelens weet nog niet precies hoe zijn sieradenmerk die Braziliaanse regels zal overleven. 'We zijn in gesprek met lokale contactpersonen over hoe we het zullen aanpakken. Maar ik heb alle vertrouwen in de Braziliaanse vraag naar ons product, want Brazilianen houden er van zichzelf mooi te maken, toch?'

ADVERTENTIE

DE
TIJD

Weekend

8 DECEMBER 2012



DE GROTE LOONENQUÊTE

Hoeveel zou u van uw loon overhouden als u elders in Europa zou werken?



SABATO

- **Penelope Cruz**
Het 20 minuteninterview
- **Onherkenbaar Amsterdam**
Amsterdam feest in 2013

NETTO

- **Erfenissprong wordt mogelijk**
Als u uw erfenis liever rechtstreeks aan uw kleinkinderen geeft
- **Monsterboete 309% afgezwakt**
Spijtoptanten betalen voortaan minder



ZEESLAG OM DE VLAAMSE HAVENS

'Als we niet samenwerken, verliezen we allemaal'



YVES LETERME, 1 JAAR BIJ DE OESO

'Het buitenland begrijpt niet dat de grootste Vlaamse partij geen macht wil opnemen'



HERSENGYMNASTIEK MET ELKE GERAERTS

Belgische toppsychologe werkt aan remedie tegen depressie en burn-out

FORTIS, WHODUNIT?

Wie van de hoofdspelers wist wat en wanneer?

23 JAAR, DE WERELD AAN ZIJN VOETEN

Netsky, de snelst rijzende ster van de Belgische muziekwereld