

## Zwitsers maken ons land zwart bij grote bedrijven - 23/11/2012

‘Onfatsoenlijk. Onaanvaardbaar.’

Een brief van het officiële marketingagentschap van de Zwitserse regio Zürich aan 150 Amerikaanse bedrijven in ons land is minister van Economische Zaken Johan Vande Lanotte (SP.A) en Vlaams minister-president Kris Peeters (CD&V) in het verkeerde keelgat geschoten. Want de Zwitsers adviseren de bedrijven zonder meer om ons land te verlaten.

‘Eerder deze maand, tijdens een nationale spoorstaking, verhinderden piketten dat mensen naar hun werk konden. Voeg daar de meer dan 100 procent staatsschuld en de economische recessie aan toe en het Belgische plaatje ziet er minder en minder rooskleurig uit.’ Dat schreef de Zwitser Marc Rudolf eind oktober aan 150 hoofdkwartieren van Amerikaanse bedrijven in ons land. Rudolf is directeur van de Greater Zurich Area, het marketingagentschap van de regio.

Na deze weinig vleierende inleiding steekt hij uitgebreid de loftrompet over zijn eigen land. Want Zwitserland blijft gespaard van de Europese economische problemen en biedt een stabiele politiek en economie, zonder gevaar voor een hard beleid en sociale onrust. ‘*Whatever your plans, things work in Switzerland*’, schrijft Rudolf. Lees: *but not in Belgium*.

### ‘Niet netjes’

Vlaams minister-president Kris Peeters, federaal minister van Economie Johan Vande Lanotte en directeur Jan Buysse van het Vlaams-Europees Verbindingsagentschap reageren *not amused*. ‘Deze brief is onfatsoenlijk en zeker niet onze manier van werken’, zeggen ze. ‘Het is



niet netjes om jezelf te profileren ten koste van anderen. In dergelijke relaties moet je uitgaan van je eigen sterkte in plaats van de zwakte van anderen in de verf te zetten.'

Een diplomatiek incident willen ze er niet van maken, maar Kris Peeters wil de zaak toch niet zomaar blauw-blauw laten. 'Ik betreur dat een belangrijke buurregio en handelspartner van de Europese Unie zich laatdunkend uitlaat over het investeringsklimaat in ons land. Ik zal een brief overmaken aan de Zwitserse ambassadeur in Brussel en hem vragen de nodige stappen te zetten om deze communicatie recht te zetten', zegt hij.

Maar niemand wil zover gaan om de Zwitsers met gelijke munt te betalen. 'We zouden bijvoorbeeld kunnen aanvoeren dat het leven een stuk duurder is in Zwitserland, maar dat soort negatieve benadering is *not done* in het diplomatieke jargon', zegt Jan Buysse. Kris Peeters volgt hem daarin. 'Net zoals in het verleden, zal Vlaanderen zich bij de internationale promotie van onze investeringstroeven ook in de toekomst onthouden van negatieve commentaar over de aanpak van andere regio's en landen', zegt hij.

Marc Rudolf zelf begrijpt de commotie niet. 'Het is een typische marketingbrief. Dan moet je wat agressief uit de hoek komen om de aandacht te trekken', zegt hij. 'Als dat in mijn kraam past, begin ik zo'n brief altijd met een verwijzing naar de actualiteit. In dit geval de spoorstaking. Maar het was zeker niet de bedoeling om België in het verdomhoekje te duwen. Want dan had ik ook nog over jullie banken kunnen beginnen.'

'Mijn brief telt misschien tweehonderd woorden en hooguit dertig daarvan gaan over België. Denkt u nu echt dat zo'n Amerikaans bedrijf op basis daarvan zijn zetel zal verhuizen? Dat lukt enkel als ze daar voordeel uithalen. We adviseren hen daarom om hun Europese structuur eens te bekijken en op basis daarvan de beste locatie voor hun hoofdzetel te kiezen. En wees gerust: we hebben geen enkel zuiver Belgisch bedrijf aangeschreven.'

Willy De Buck