

Tekst: Bart Vancauwenberghe Beeld: Febenat

'Natuursteen nadrukkelijker op voorgrond zetten'

Binnen een erg concurrentiële markt is het vaak alle zeilen bijzetten om je eigen corebusiness prominent aan bod te laten komen: het is een uitdaging waar producenten en invoerders van natuursteen al langer mee worstelen. Net daarom legt Febenat meer dan ooit de klemtoon op extra marketinginspanningen. De Benelux Federatie van Natuursteengroothandelaars kreeg drie jaar geleden extra impulsen door het voorzitterschap van Herwig Callewier, die samen met ondervoorzitter Julien Vanhollebeke en coördinator Isabel Gruwez de positie van natuursteen op de integrale vloermarkt omhoog wil krikken.



Febenat ontstond circa vijftien jaar geleden als een orgaan om importeurs en producenten van natuursteen in de Benelux te verenigen. Anno 2018 telt de organisatie tien leden en drie geaffilieerde leden, waarmee de federatie zowat 70% van de markt afdekt. "Het leeuwendeel van onze leden is gevestigd op de as tussen Kortrijk en Gent. In Wallonië en Nederland hebben we telkens één lid, zeker boven de Moerdijk is er nog potentieel om nog meer mensen te sensibiliseren. Vroeger lieten vooral kleinere handelaars zich wat afschrikken door de prijs voor het lidmaatschap, maar de mogelijkheid om als geaffilieerd lid toe te treden, heeft gelukkig extra poorten geopend", zegt Herwig Callewier.

WAAR HEEFT FEBENAT GEDURENDE DE EERSTE JAREN VOORAL OP INGEZET?

Julien Vanhollebeke: "In die periode lag de klemtoon eerder op het technische aspect. Om de markt zo goed mogelijk te informeren, hebben we werk gemaakt van talrijke technische fiches, een goed gedocumenteerd vademecum en een website waar iedereen terecht kan met vragen. Dat blijft trouwens één van onze missies: jaarlijks komen we vier à vijf keer samen met de technische commissie om dergelijke thema's te bespreken en te



In de productie van natuursteen zijn op technologisch vlak grote stappen voorwaarts gezet.

concretiseren. Met de aanwerving van Isabel Gruwez als coördinator, die medio vorig jaar onze federatie kwam versterken, willen we daar stevig op blijven inzetten."

HOE KOMT HET DAT NATUURSTEEN ALS PRODUCT ONDER DRUK STAAT?

Herwig Callewier: "Vooral uit onwetendheid is het een materiaal waar bepaalde vloerders minder mee werken. We horen vaak vooroordelen als zou natuursteen te duur en/of te dik zijn en te veel onderhoud vergen. Het is zo dat er heel wat soorten natuursteen zijn en het product daardoor meer kennis vereist, om er op een verstandige manier mee aan de slag te gaan, maar we hebben alle kennis in huis om mensen daar vakkundig in bij te staan. De verschillen in marketingbudgetten vormen een andere hinderpaal: aanbieders van keramiektegels en andere vloerbekleding hebben op dat vlak meer middelen. Bovendien hebben we al vaker gemerkt dat natuursteenaanbieders liever met het productieproces bezig zijn en het in het verleden onnodig vonden om in marketing te investeren. Nochtans moeten we daar meer dan ooit werk van maken."



Herwig Callewier en Julien Vanhollebeke breken meer dan ooit een lans voor het gebruik van natuursteen.

Julien Vanhollebeke: "Voor architecten en andere voorschrijvers lijkt keramiek de norm geworden. Een spijtige evolutie, want daarvoor verkiezen ze dus imitatie boven het oorspronkelijke product. Vaak vergeten ze daarbij dat natuursteen een product is dat leeft, een materiaal met een ziel. Als je het op

'ALS JE HET ORIGINEEL KUNT KRIJGEN, WAAROM ZOU JE DAN VREDE NEMEN MET DE KOPIE?'

de juiste manier toepast, kun je er heel wat richtingen mee uit." Herwig Callewier: "Als je het origineel kunt krijgen, waarom zou je dan vrede nemen met de kopie? Akkoord, die kopieën zijn door de jaren heen kwalitatiever geworden, maar ook in de productie van natuursteen hebben we op technologisch vlak enorme stappen voorwaarts gezet."

HOE KUNT U ERVOOR ZORGEN DAT MEER MENSEN DOELBEWUST VOOR NATUURSTEEN KIEZEN?

Herwig Callewier: "Alleen al om duurzaamheidsredenen is natuursteen altijd de beste optie, het product gaat erg lang mee en is ook recycleerbaar. Bovendien is het overal toepasbaar, maar niet iedere natuursteen past overal. Natuursteen vind je vaak terug in keukenwerkbladen, maar even goed in vloerbetegeling binnen en buiten, in bestrating en wand- en gevelbekleding en andere interieurafwerking (trap, douchewand, ...). De mogelijkheden zijn legio. Recent was ik als Director of Europe voor het Natural Stone Institute in de Verenigde Staten, waar ze jaarlijks een wedstrijd uitschrijven voor de mooiste natuursteentoepassingen. Als je foto's van dergelijke referentieprojecten ziet, ben je meteen verkocht. Ik blijf onder de indruk van de pareltjes die we met natuursteen kunnen realiseren."

Julien Vanhollebeke: "In de praktijk zien we vaak dat eenmaal mensen met natuursteen beginnen werken zijn, >





BELGISCH FABRIKANT

MASSIEF EN MEERLAGIG PARKET

ALLE TOEBEHOREN

PROJECTADVIES

DUBOIS PARQUET

MAKERS OF THE
FINEST WOODEN FLOORS

GRATIS
STALEN
PAKKET

DUBOIS
PARQUET
MAKERS OF THE
FINEST WOODEN FLOORS

Geïnteresseerd om onze collecties te leren kennen en uw klanten te laten meegenieten van onze houtsoorten, oppervlaktebehandelingen en afwerkingstechnieken? Stuur dan een mail naar info@dubois-parquet.be en vraag naar ons **stalenpakket voor interieurbedrijven**.

Dubois-parquet - Industrielaan 5 - 8790 Waregem - tel 056 62 01 14 - info@dubois-parquet.be
www.dubois-parquet.be



ze niets anders meer willen. Alleen ontbreekt de kennis over het product nog bij velen, ook bij architecten. Ook de detailhandel moet mee willen. Tijdens contacten met jonge toonzaalverkopers krijg ik vaak het signaal dat zij wat graag zouden meedoen aan workshops of andere evenementen waarin ze de do's en don't's over het werken met natuursteen leren, maar vaak zijn hun zaakvoerders niet bereid daar tijd voor vrij te maken. Een mentaliteitswijziging bij die doelgroep zou zeker welkom zijn, we moeten hen laten inzien dat natuursteen voor hun zaak absoluut rendabel kan zijn. Als kenniscentrum vragen wij niet liever dan onze knowhow zo breed mogelijk te verspreiden. Niet toevallig hebben we een goede samenwerking met het WTCB (Wetenschappelijk en Technisch Centrum voor het Bouwbedrijf) en zijn we erkend door talloze voorschrijvers en architecten."

WAT IS VOOR FEBENAT DE GROOTSTE UITDAGING VOOR DE KOMENDE JAREN?

Herwig Callewier: "We moeten meer dan ooit en nadrukkelijk werk maken van een beter geoliede marketing. In het verleden hebben we al verschillende campagnes gevoerd, maar die leverden niet meteen de verhoopte respons op. Als we ons product niet uit de markt willen laten drummen, moeten we voor natuursteen bij iedereen begeestering blijven opwekken. Dat moet niet altijd met veel woorden gebeuren, vaak spreken foto's van realisaties al voor zich. Hoe meer we mensen laten zien welke mogelijkheden er zijn, hoe groter het draagvlak van onderuit kan worden. Als de eindklant nadrukkelijk natuursteen wil, kan de detailhandel niet anders dan inspelen op die behoeften. Regelmatig beelden verspreiden via 'social media' kan



daarbij een belangrijk wapen zijn. Daarnaast willen we onze leden blijven oproepen om ook afzonderlijk de nodige budgetten vrij te maken om hun product sterker dan ooit in de markt te zetten."

KUNNEN JULLIE DAARVOOR OOK REKENEN OP ANDERE PARTNERS?

Herwig Callewier: "We kunnen niet ontkennen dat het landschap aan federaties die zich op bepaalde aspecten van natuursteen focussen, nogal versnipperd is. Als ruimdenkende

organisatie willen we graag onze schouders zetten onder een sterk samenwerkingsverband. We vragen niets liever dan een koepel creëren die toelaat om met andere organisaties (zoals Pierre et Marbres de Wallonie, de Confederatie Bouw Natuursteen, de Unie van Marmergroeven en Zagerijen van België, ...) de handen in elkaar te slaan. We onderhouden ook goede contacten met de wereldnatuursteenfederatie WONASA en de Europese federatie Euroroc, maar moeten in eerste instantie op Benelux-niveau nauwer samenwerken." ■



NIEUWE COÖRDINATOR

Na meer dan acht jaar wordt directeur Geert Legein opgevolgd door Isabel Gruwez uit Kortrijk, die als coördinator van Febenat zal optreden. Isabel omschrijft zichzelf als een jonge, gedreven veertiger met een pak ervaring in verschillende sectoren en een gezonde honger naar nieuwe uitdagingen. Ze zal de verschillende commissies (technisch, marketing, directie, ...) in goede banen leiden en Febenat vertegenwoordigen in de diverse werkgroepen die in de Benelux met natuursteen bezig zijn.

Tickets zijn te koop op www.batibouw.be.