



Herwig Callewier & Rinaldo Castelli

# Nieuwe Febenat-voorzitter zet in op communicatie en marketing

Het zou ons niet verbazen mocht Rinaldo Castelli een zucht van opluchting hebben geslaakt, toen hij na 13 jaar voorzitterschap bij Febenat eindelijk de fakkel kon doorgeven. De eigenaar en managing director van Stone wijdde zich steeds met volle overgave aan zijn taak, maar liet de laatste jaren meermaals verstaan dat het gezond zou zijn moest er een opvolger komen. “Omdat die binnen onze federatie voor nieuwe impulsen kan zorgen.” Herwig Callewier is er klaar voor om het roer over te nemen.

TEKST: ALEXANDER BOUCKAERT  
FOTO'S: BELTRAMI / STONE

## GEMOTIVEERDE OPVOLGER

Met Herwig Callewier, chairman van Beltrami, nam op 1 januari 2015 een nieuw gezicht plaats op de voorzittersstoel. De eerste keer dat binnen de federatie van natuursteengroothandels de fakkel werd doorgegeven aangezien Rinaldo Castelli (Stone) sinds de oprichting in mei 2001 de enige was die deze functie ooit heeft aanvaard. Net als zijn voorganger behoort de kersverse voorzitter tot het selecte kransje stichtende leden. Castelli is blij met de keuze van zijn opvolger. "Herwig is altijd een zeer actief lid geweest. Toen ik enkele jaren terug mijn mandaat ter beschikking stelde, voelde niemand zich geroepen. De leden waren tevreden over mijn rol als voorzitter, waarom dan een nieuwe aanstellen, was hun redenering. Toch bleef ik ervoor pleiten dat iemand het roer zou overnemen, omdat dit binnen een federatie voor nieuwe impulsen zorgt. Niet alleen heeft Herwig als stichter van Beltrami een behoorlijke staat van dienst in de natuursteenwereld, hij is ook heel gemotiveerd om onze federatie naar een hoger niveau te brengen. Als bestuurslid blijf ik mij uiteraard inzetten, ik denk dat onze nieuwe voorzitter dat ook verwacht van de andere leden."

**“Natuursteen blijft een edel materiaal, terwijl het jarenlang is herleid tot een gebanaliseerd product.”**

**Herwig Callewier**

## ERKENNING

En dan ziet de nieuwe Febenat-voorzitter zijn kans schoon om de loftrumpet boven te halen. "Het pionierswerk dat Rinaldo in de beginjaren heeft verricht, mag niet onderschat worden. Toen we 14 jaar geleden voor het eerst rond de tafel zaten, waren de stichtende leden in de eerste plaats concurrenten. Terwijl we elkaar nu als concullega's beschouwen. Rinaldo is iemand die met veel diplomatie en tact deze groep bijeen bracht. En ook al gaat het er in moeilijke tijden soms hard aan toe, we blijven allemaal 'on speaking terms'. Dat vind ik een zeer grote verdienste van mijn voorganger."

"We hebben in al die jaren een aantal belangrijke zaken gerealiseerd, dat was ook nodig om onze federatie een zekere sériëus te geven", pikt Rinaldo Castelli in. "Ik denk aan de technische commissie, ons vademecum met technische fiches inclusief plaatsing- en onderhoudsvorschriften, en recent nog het kwaliteitslabel voor natuursteen. Het doet plezier vast te stellen dat onze publicaties veelvuldig worden geconsulteerd. Niet enkel in de natuursteenbranche, maar ook door architecten en zelfs voor expertises."

Wanneer Febenat vandaag een standpunt inneemt, gaat men daar naar luisteren! Ook internationaal, bij buitenlandse leveranciers, wordt onze federatie als waardevol erkend. Eén van de grootste verdiensten van Febenat is overigens dat we hebben bijgedragen tot de professionalisering van de sector, in België maar ook daarbuiten."

## BENELUX-VERHAAL

De professionalisering kwam er ook binnen de federatie, vooral dan met het aanwerven van een voltijdse directeur. Castelli: "We zochten een onafhankelijk persoon met een technische achtergrond en kennis van de natuursteenmarkt. De keuze viel op Geert Legein, die in de zomer van 2009 de rangen kwam versterken. Nadien is de rol van de voorzitter niet echt veranderd, maar het maakt zijn taak wel een stuk lichter. Aangezien we nu een directeur hebben die de zaken aanstuurt en waar je permanent kan op terugvallen."

In de loop der jaren kwamen er een aantal leden bij, met Michel Oprey & Beisterveld uit Nederland als opvallendste nieuwkomer. "Daar zijn we heel blij om, want het is een grote naam in de sector", zegt Castelli. "Het toont aan dat Febenat ook in Nederland een zeker aanzien heeft. Het resultaat is dat we niet langer een federatie zijn van louter Belgische natuursteengroothandels zijn maar van de hele Benelux-markt."

## MARKETINGCOMMISSIE

Net zoals je al een technische commissie had, werd in de schoot van de natuursteenfederatie recent ook een marketing-

commissie opgericht. Herwig Callewier legt uit. “Daarin zetelen marketingspecialisten uit de verschillende bedrijven die bij Febenat zijn aangesloten. Zij gaan nu onderzoeken op welke manier we natuursteen nog sterker kunnen promoten. Zeker gezien de huidige evolutie in de tegelbranche, waar het aantal natuursteenimitaties niet meer bij te houden is, zullen we de publiciteit moeten opvoeren en de troeven van onze producten beter gaan uitspelen. Op dat vlak lopen we immers kilometers achter op concurrerende sectoren zoals keramiek, tapijt, hout of beton.”

“In de laatste decennia werden door binnen- en buitenlandse instanties en federaties gigantische budgetten uitgegeven aan technisch-wetenschappelijk onderzoek. Daar is op zich niks mis mee, al blijft het zonde van het geld dat veel van die studies verschillende keren zijn uitgevoerd, telkens in een ander land. Terwijl ik vind dat we nu volop moeten gaan inzetten op communicatie en marketing.”

#### **IN HET DEFENSIEF**

“Het is belangrijk dat er in de pers veel verschijnt over natuursteen, op voorwaarde dat de informatie juist is. Want daar zit vaak het probleem, dat mensen niet weten waarover ze schrijven of spreken”, aldus Callewier. “Febenat is al in 2013 de goede weg ingeslagen, door een aanzienlijk budget vrij te maken voor onze

vernieuwde website, het maken van filmpjes, enzovoort. Los van deze investering, pleit ik er voor dat elk individueel lid extra marketingbudget voorziet voor publiciteit allerhande. Of dat nu in de vakpers, dan wel in consumentenbladen verschijnt, maakt mij niet zoveel uit. Zolang er maar over natuursteen gesproken en geschreven wordt! Het hoeft zelfs niet altijd geld te kosten. Je kan bijvoorbeeld ook leuke

**“Achter elke natuursteen zit een verhaal dat mensen zeker kan boeien, maar dan moet je dat verhaal wel goed brengen.” Rinaldo Castelli**

beelden verspreiden over spectaculaire realisaties met natuursteen. Dat soort van projectartikels kan zowel architecten als consumenten inspireren.”

Vanuit de concurrerende sectoren wordt handig ingespeeld op het feit dat natuursteen zogezegd moeilijk te plaatsen en onderhouden is. “Als wij die vaak gebruikte argumenten niet snel van tafel vegen, bestaat het gevaar dat we in een hoek worden geduwd. Dat is een evo-





lutie die zich al even voordoet in de keukenbranche, waar natuursteen in de keukenwerkbladen misschien nog maar 20% marktaandeel overhoudt. Hetzelfde zie je nu gebeuren in buitentegels. Het is duidelijk dat natuursteen in het defensief wordt gedrukt, en dat mogen we in geen geval laten gebeuren. Gebruik de juiste natuursteen voor de juiste toepassing en je sluit al veel problemen uit.”

### **BUDGETTEN BUNDELEN**

“Wat de zaak zeker niet vooruit helpt, is het feit dat je op de Belgische natuursteenmarkt te maken hebt met een versnippering van federaties. Naast Febenat is er ook de Unie van Marmergroeven en Zagerijen van België, de Confederatie Bouw Natuursteen, en Pierres et Marbres de Wallonie. Moesten we er in slagen om al die budgetten te bundelen, denk ik toch dat we een mooi bedrag kunnen spenderen aan communicatie en marketing. Ook bij de andere federaties is er veel goodwill aanwezig. Het feit dat we eindelijk met elkaar in dialoog zijn, doet het beste verhoppen voor de toekomst. Op het komende Stone & Tile Event in Gent zullen we tijdens de ‘Dag van de Natuursteen’ trouwens een gezamenlijk seminarie houden met als thema ‘CE-markering & Quality label’. Febenat gaat dus niet al zijn pijlen richten op de consument, maar blijft ook op de professionele markt focussen.” De kersverse Febenat-voorzitter onderhoudt goede contacten met WONASA,

de wereldnatuursteenfederatie waar hij sinds 2013 trouwens in het bestuur zit. “Ik heb die mensen laten weten dat ik voorzitter van Febenat zou worden en mij daarom verplicht zie de activiteiten bij WONASA op een laag pitje te zetten. De contacten zijn er, ook met de Europese federatie Euroroc, wat zeker een voordeel is. Maar laat ons eerst in eigen land de krachten bundelen alvorens te beginnen dromen van Europese of mondiale partnerships.”

### **NIEUWE MARKTSPELERS**

“Binnen Febenat zijn we ons goed bewust van een aantal verschuivingen in de markt: zoals de komst van nieuwe spelers in de sector of kleinere bedrijven die sterk zijn gegroeid. We zijn nu aan het bekijken hoe we die bedrijven kunnen betrekken in ons verhaal. Het is echter niet zo dat iedereen zomaar onze club kan vervoegen, dat zou niet fair zijn naar de stichtende leden toe die al vele jaren geld en tijd in onze werking hebben gestoken. Een mogelijkheid zou kunnen zijn de structuur van onze vzw aan te passen, bijvoorbeeld volgens een systeem van premium members, geaffiliëerde leden en partners. Maar dat moet dat eerst statutair worden vastgelegd. Nogmaals, onze eerste prioriteit is algemene promotie van natuursteen.” “Natuursteen is een duurzaam materiaal, men moet het zien als investering op lange termijn”, start Rinaldo Castelli zijn pleidooi. “Een versleten keramische

vloer is het bekijken niet waard en moet je uitbreken. Terwijl een natuursteenvloer mooier wordt met de jaren, en altijd nog in zijn oorspronkelijke staat kan worden hersteld. En net zoals je voor de natuur zorg moet dragen, dien je ook een natuurproduct met de nodige voorzichtigheid te behandelen. Maar je krijgt er ontzettend veel voor terug!"

"Achter elke natuursteen zit een verhaal dat mensen zeker kan boeien maar dan moet je dat verhaal wel goed brengen. We stellen vast dat veel van onze distributeurs het commercieel interessanter vinden om keramische tegels aan te prijzen, in de veronderstelling dat ze daar een hogere marge mee halen. Als tegenwoordig 10% van de toonzaalruimte wordt vrijgehouden voor natuursteen, mogen we al blij zijn. Voor ons is het duidelijk: willen we de consument bereiken, dan zullen we rechtstreeks met de eindgebruiker moeten communiceren."

### **GEBANALISEERD PRODUCT**

"Natuursteen blijft een edel materiaal, terwijl het jarenlang is herleid geweest tot een gebanaliseerd product. In onze communicatie moeten we de schoonheid van natuursteen opnieuw onder de aandacht brengen. Positief is dat je het vandaag ook aan democratische prijzen kan vinden, omdat het drempelverlagend werkt. Wel is het zo dat men natuursteen best koopt via een betrouwbaar kanaal, bijvoorbeeld een Febenat-lid, omdat dit garantie biedt rond oorsprong, selectie,... Om die reden hebben we een kwaliteitslabel in het leven geroepen."

Duurzaam ondernemen is een ander stokpaardje van kersvers voorzitter Herwig Callewier. "China heeft op dat vlak belangrijke stappen gezet, de overheid treedt er heel streng op. Wanneer de burgemeester beslist een groeve gewoon te sluiten, heb je daar als eigenaar geen enkel verhaal tegen. Maar in India dient er nog veel te veranderen. Daar gebeurt het al te vaak dat natuursteen in mensonwaardige omstandigheden wordt ontgonnen. Zoiets kunnen wij als invoerder niet tolereren."

### **ERVAREN CO-PILOOT**

"Voor ik mijn jawoord heb gegeven om de fakkel van Rinaldo over te nemen, wou ik eerst weten in hoeverre mijn beleidsprioriteiten werden gedragen door de andere leden. Aan mijn verkenningronde hield ik een goed gevoel over. Ongetwijfeld zal mijn voorzitterschap gepaard gaan met een aantal nieuwe initiatieven. Met Julien Vanhollebeke (de nieuwe vice-voorzitter; nvdr) als ervaren co-piloot wordt het hoe dan ook een leuke en boeiende rit. Ik kijk er alvast heel erg naar uit."

