

27. Tribù



Trendsetters
in
Outdoor design



↑
Lode De Cock
© Muriel Thies

Tribù is wereldwijd trendsetter in kwaliteitsvol design-meubilair. Een positie in dat topsegment verwerf je niet zo maar. Zowel in design, productieproces en materiaalgebruik wordt er met zorg gekozen en gewerkt. Ook al situeert Tribù zichzelf niet in de voorhoede van het duurzaamheidsdenken, het pleit wel voor een combinatie van ecologisch én ethisch verantwoord ondernemen. “We zijn er ons van bewust dat we nog heel wat vooruitgang te boeken hebben inzake sustainability”, zegt Tribù-stichter Lode De Cock. “Maar wat we zelf in handen hebben proberen we zo goed mogelijk in te vullen met oog voor het resultaat dat alle schakels ten goede moet komen van designer tot en met de consument.” Ook dat is een inspirerend voorbeeld van hoe duurzaamheid zich nestelt in de genen van een bedrijf.

Duurzaam design betekent ook dat elk facet in de ontwikkeling van het product moet bijdragen tot die lange levensduur.

////////////////////////////////////

Tribù heeft als producent van outdoor design een business-model dat kan worden samengevat als kop-staart-bedrijf. “Design, montage en verkoop doen we intern”, zegt Lode De Cock. “De eigenlijke productie wordt uitbesteed aan industriële partners die we nauwgezet selecteren.” Duurzaamheid wordt bijgevolg ook uitgesplitst over deze verschillende domeinen. “Vormgeving is zeer belangrijk. We zijn een designbedrijf. Altijd moet er worden voldaan aan de premisse van tijdloos, degelijkheid en eenvoud. We zijn er immers van overtuigd dat een mooi en kwalitatief hoogstaand product niet alleen duurzaam is in levenscyclus, maar ook in de bekommernis van de klant om het product. We maken designmeubilair dat wordt gebruikt én gekoesterd. Het is geen misplaatste ambitie om te werken naar producten die generaties lang kunnen meegaan zonder voorbijgestreefd te worden.”

Duurzaam design betekent ook dat elk facet in de ontwikkeling van het product moet bijdragen tot die lange

levensduur. Kwalitatieve standaarden worden daarom in de ontwikkeling uitgedacht. “Het product moet klaar zijn. Op alle vlakken. We nemen onze tijd om het product op de tekentafel te verfijnen, want wat op de markt komt moet Tribù-waardig zijn.” De Cock omschrijft het productgamma als een kwalitatief en esthetisch assortiment zonder ornamenten, eenvoudig te begrijpen en van alle tijden. Om die vorm te bereiken moet je naar een product-technische zuiverheid streven dat het resultaat ten goede komt. Het is dan ook geen toeval dat de lijnen die bij de start van Tribù werden uitgezet samen met designer Wim Segers nog steeds doorlopen. Wim Segers is nog steeds de huisdesigner, maar de strategische lijnen komen van Lode De Cock. Tribù heeft een duidelijk profiel waaraan alles wordt getoetst.

“Eén van de voornaamste componenten in ons meubilair is de textieleen (Batyline) die we afnemen bij de Franse fabrikant Ferrari. Samen met hen ontwikkelden we een exclusieve innovatie, namelijk een dikkere vezel waarmee we kunnen weven. Deze Canax® is een polyestervezel die voor de helft is samengesteld uit hennep – dat CO² positief is - én als eigenschap heeft dat het UV- en vuurresistent is en zowel flexibel als erg licht is en ook nog eens vlekbestendig.” Voor buitenmeubilair betekende deze Canax®-vezel een cruciale doorbraak omdat het duurzaamheidsprincipe op alle mogelijke niveaus werd ingevuld. Ferrari gaat zelfs nog een stuk verder, want onlangs ontwikkelden ze een Batyline-vezel die helemaal gemaakt is van gerecycleerde vezels en ook een effectief gesloten kringloop heeft. Deze gaat Tribù volgend jaar ook in de collectie opnemen.

Andere belangrijke componenten in de productie van Tribù-meubilair zijn inox en hoge-drukgegoten aluminium voor de frames. Twee materialen met een bijzonder lange levensduur. Het gaat ook om metaallegeringen die voldoen aan de hoogste normering, want het eindproduct moet kwalitatief onberispelijk zijn. “De bedrijven waar we mee werken zijn met zorg gekozen om wat ze doen en wat ze kunnen. Naadloos lassen van de frames

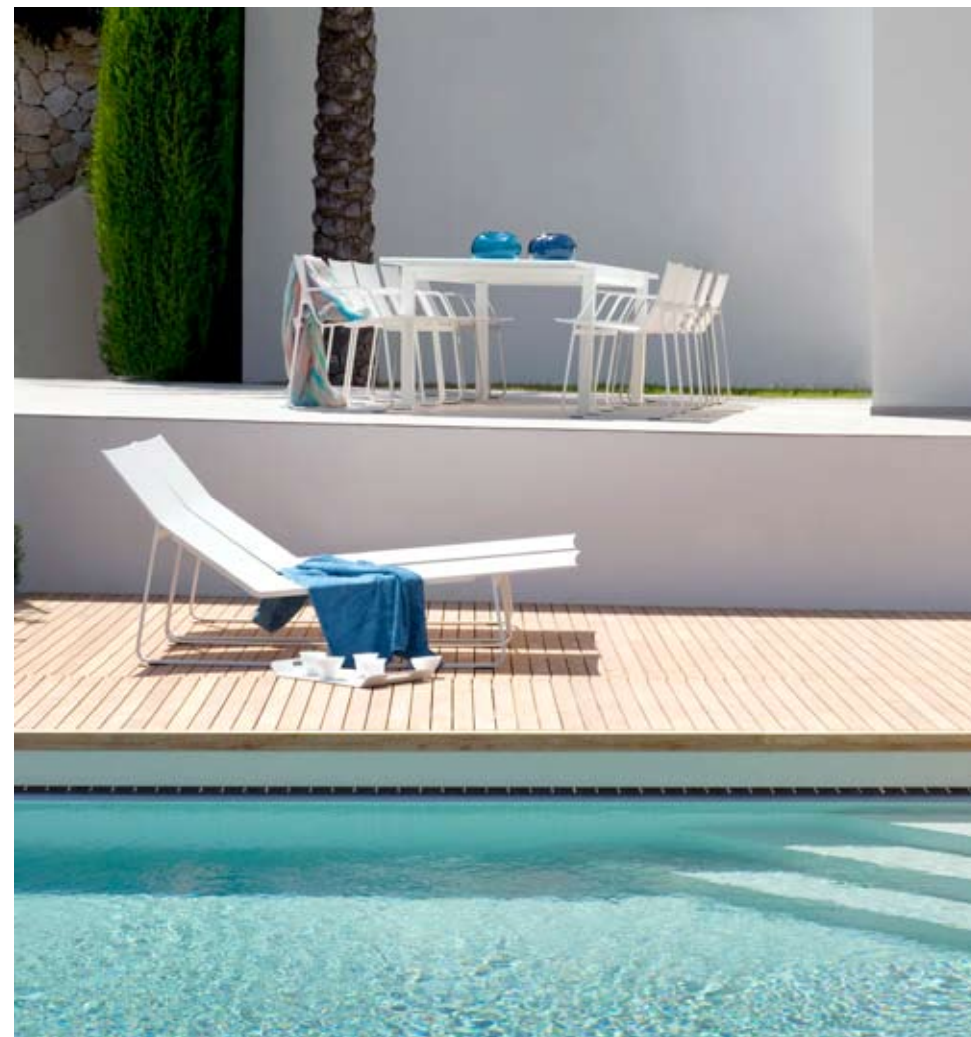
of corrosiebestendig poederlakken, het verloopt allemaal via onderaannemingsbedrijfjes die bijdragen tot het succes van het eindproduct”, zegt Lode De Cock. De kwaliteit van Tribù is het resultaat van een som. De som van de respectievelijke onderdelen die elk op niveau moet staan. “Eens we vertrouwen hebben in de juiste partner, dan legt dat de basis voor een duurzame relatie.”

Ons bedrijf in Java werkt op een Europees niveau met aandacht voor mensen, maatschappij en milieu.



Duidelijker wordt het als we de productie in Zuid-Oost Azië bekijken. Tribù Asia is daar opgericht om duurzaam te ondernemen in relatie met het lokale economische weefsel. Daarmee volgt Tribù een andere aanpak dan de driejaarlijkse allocatie naar nog goedkopere landen die je daar vaak ziet. “Bij arbeidsintensieve productie zoals in onze teak-meubelen bijvoorbeeld, kun je altijd goedkoper produceren door uit te wijken naar landen waar manuren minder kosten. We willen dat niet. We persen geen appelsienen, maar bouwen op een menselijk kapitaal en op een expertise verder. Ons bedrijf in Java werkt op een Europees niveau met aandacht voor mensen, maatschappij en milieu. Niet alleen door enkel nog FSC-teakhout te gebruiken, maar ook in arbeidsomstandigheden zoals een gekoelde productiehhal én voor een eerlijk loon.” De anekdote wil dat de lokale werknemers daar allen werken in een Tribù-shirt wat niet alleen de betrokkenheid van de producent en werknemer - in beide richtingen - aantoont, maar ook de connectie met het eindproduct en het merk stimuleert. Misschien versterkt het wel het ‘volksstam’-gevoel waarnaar de naam Tribù stricto sensu verwijst.

Het kop-staartbedrijf Tribù heeft niet alleen een logistiek kluwen met productietentakels die tot in Zuid-Oost Azië en ook in Italië en België reiken; met een afzetmarkt van meer dan 50 landen is ook dat een even complex



↑
Piergiorgio Cazzaniga, Essential collection, voor Tribù
© Sven Geboers



↑
Tribù, Terra Sofa méridienne,
voor Tribù © Sven Geboers

netwerk. Het is ook geen toeval dat het logistieke centrum in het Limburgse Zutendaal is gevestigd, in de buurt waar vanuit bedrijven als Ford een heel automotive-netwerk vertrekt. Tribù werkt op dezelfde leest, zij het op andere schaalgrootte. “We managen het wel zoals de automotive-logistiek”, zegt Lode De Cock nog. “We zijn een bedrijf dat in een nichemarkt speelt en we doen dat met zorg voor producten én productie. Daarin schuilt je meerwaarde. Je bestaansreden. Het verdere stroomlijnen van productie- en distributieproces proberen we almaar duurzamer te doen, maar binnen onze mogelijkheden. Of dat een sustainable succes-verhaal is, daar durf ik kanttekeningen bij te zetten, maar we doen wat we kunnen en met het besef dat we nog veel moeten veranderen. Elke beslissing die we nu strategisch nemen zal wel worden afgewogen door het economische tegenover het ecologische en ethische in balans te brengen.”

We zitten in een topsegment waarin duurzaamheid en kwaliteit inherent zijn.



Lode De Cock wijst op de rol dat zijn bedrijf speelt in een crisis-gevoelige markt en het onderscheidend vermogen waar Tribù moet aan vasthouden. “Technisch en visueel kunnen heel veel spelers hetzelfde gaan doen als ons, die afstand kan dichtfietsen”, besluit hij. “Nieuwe design-producenten boeken snel succes op de retailmarkt, daar kan je snel binnenkomen, maar moeilijker is het wanneer je productie-, distributie- en collectie-schaal moet combineren met de kwaliteitsstandaard die je wil vertegenwoordigen. Dat hebben wij nu op punt, daarin onderscheiden we ons. Ons businessmodel werkt en nu komt het erop aan om de projectmarkt actiever te gaan bereiken. We zitten in een topsegment waarin duurzaamheid en kwaliteit inherent zijn.”

•
Christophe De Schauvre voor REcentre
Geïnterviewd / Lode De Cock, Gedelegeerd bestuurder

Tribù
Langendijkstraat 5a
3690 Zutendaal
België

www.tribu.com

Sector • Buitenmeubilair

Oprichtingsjaar • 1987

Aantal werknemers • 30

Jaarlijkse omzet (2009) •
11,3 miljoen EUR