



'Zeker in tijden van crisis is het belangrijk om te kunnen rekenen op een hecht team'

Relaxmeubels tot in China

Als klanten na twintig jaar terugkomen voor een nieuwe sofa, wil ik hen recht in de ogen kunnen kijken, zegt Juan Jorion, oprichter en eigenaar van zitmeubelbedrijf JORI. Zijn missie: kwaliteit en design verzoenen met optimaal zitcomfort.

Jorion richtte zijn bedrijf in 1963 op in Wervik, vandaag nog steeds de thuisbasis van JORI. Het telt inmiddels tweehonderd werknemers en beschikt over een eigen productie-atelier. 'Dat is een must om aan onze kwaliteitseisen te voldoen', zegt Jorion. 57 jaar na de opstart is de ambitie onveranderd: zitmeubelen maken die kwaliteit, comfort en design met elkaar verenigen. 'Ik wil zakendoen op lange termijn. Als klanten na twintig jaar terugkomen voor een nieuwe sofa, wil ik hen recht in de ogen kunnen kijken. Dat betekent dat onze meubels niet enkel kwalitatief goed maar ook tijdloos moeten zijn.' Sinds het begin wordt daartoe samengewerkt met een team van internationaal vermaarde ontwerpers en ingenieurs. 'We willen het verschil maken door het comfort dat onze meubels bieden', zegt Jorion. 'Steeds vaker gaat het tegenwoordig dan om dynamisch zitcomfort, waarbij je het meubel aanpasbaar maakt aan het lichaam, door de vormgeving en door bepaalde mechanismen in te bouwen. En dat zonder in te boeten op esthetiek. In onze R&D-afdeling zijn vijftien mensen daar voortdurend mee bezig.' De waarde van een goed gerund bedrijf ligt in de waarde van iedere individuele medewerker, vindt Jorion. 'Zeker in tijden van crisis, zoals we nu meemaken met Covid-19, is het belangrijk om te kunnen rekenen op een hecht team, dat met passie meewerkt aan de groei van het bedrijf.'

JORI staat waarschijnlijk het best bekend om zijn iconische relaxzetels. 'Wetenschappelijk onderzoek heeft aangetoond dat in onze relaxen totale spierontspanning optreedt, met dank aan een gepatenteerd mechanisme. Het beste model? Dat is de zetel die de beste score krijgt van de klant. Vorig jaar hebben we met de lancering van de Daydreamer een grensverleggend model van relax op de markt gebracht. Die slaat overal ter wereld enorm goed aan.'

De markt en het consumentengedrag evolueren in sneltreinvaart, aldus Jorion: 'We proberen voortdurend in te spelen op de wensen van de consument. Zo blijken veel mensen te willen liggen in hun zetel in plaats van te zitten. Dat vraagt om ruimere modellen.' Daarnaast bereidt het bedrijf zich voor op een toekomst waarin meubelen verdelen veel meer online zal gebeuren: 'Mensen zullen een zitmeubel altijd willen uitproberen maar de keuze zal vooraf, online, worden gemaakt. Wij waren vijf jaar geleden de eersten in de luxemeubelensector met een performante configurator, waarbij de consument online het meubel van zijn of haar keuze samenstelt. In het buitenland stellen we vast dat *high class* meubels steeds vaker via interieurarchitecten worden verdeeld. Het is de uitdaging om de heersende tendensen op de voet te volgen en gelijke tred te houden met al die evoluties.'

Exporteren is van bij het begin Jorions ambitie geweest. 'Ik heb me in '63 bewust met viertalige mensen omringd omdat ik wilde uitvoeren binnen Europa. Maar vandaag leven we in een geglobaliseerde wereld. Onze meubels worden tot in China, Singapore en Canada verkocht maar ik zou dat graag zien uitbreiden. Zeker China is een bijzonder interessante markt, met driehonderd miljoen *high spenders*... Daar een stevige voet aan de grond krijgen gaat heel langzaam, maar het is wel onze ambitie op middellange termijn.'