



Symo Parasols maakt
parasols voor de horeca

**“Ik ben een echte
schaduwmen”**

Paraplutje, parasolletje, eentje voor de regen en eentje voor de zon. Of liever 'twee voor de regen en eentje voor de zon'. Want parasols anno 2019 bewijzen ook tijdens een regenbui dienst en met ingebouwde verwarming en verlichting kan je tot in de late uurtjes onder hun baleinen toeven. En ze zien er nog eens hip uit ook. Wie erover kan meespreken, is Pierre Christiaens van Symo Parasols.

TEKST Sanderijn Vanleenhove – FOTO'S Pieter Cliteur, Symo

Een graad of 27, zomers briesje, ergens aan de waterkant in Zuid-Frankrijk, tenen net niet in de zee, onder de heerlijke lommerte van onze strandparasol. Puur genieten. Tot dat briesje even, heel even maar, een rukwind wordt. Net genoeg om ons gestreepte schaduwdak met de punt vooruit naast de dame voor ons te planten. Mijn relatie met parasols kent ups-and-downs. Ook de wat druilerige pereelaar in onze tuin herinnert dagelijks aan die keer dat onze reuzeparasol zich met voet en al in zijn takken boorde.

brouwerijen-adverteerders. Een bewuste keuze, want dat is economisch interessanter. "Particulieren kopen één keer een parasol en zijn voor jaren of soms de rest van hun leven zoet. Ze gebruiken de parasol ook hoop en al 20 keer per jaar. Het gebruik bij professionals is veel intenser. Zes dagen op zeven staat de parasol open, van april tot oktober. Veel professionals kiezen dus voor een beter – en duurder – product. We komen indien nodig ter plaatse voor advies, voeren herstellingen uit, staan in voor

winterberging... Bij ons krijg je een totaalpakket."

De parasols hebben inderdaad een prijskaartje, al heb je er in verschillende groottes en prijsklassen. De goedkoopste kost 200 euro, voor de duurste, compleet met verwarming, verlichting en in het terras gebetonneerd betaal je zo'n 6000 euro. "Maar parasols zijn een investering, geen kost. Je moet die klik echt maken. Met goede parasols met verlichting en verwarming kan je misschien 3 uur langer per dag open zijn, en begint je terras- >>

"Zelfs een boom is een concurrent."

"Dat zullen zeker niet onze parasols geweest zijn", lacht **Pierre Christiaens**. "Maar er kan inderdaad heel wat fout lopen. De verkeerde afmeting, een te lichte voet, slecht doek... Ik ben er tijdens het schrijven van mijn boek (*zie p.39, red.*) zelf van geschrokken hoeveel er bij de keuze komt kijken. Net daarom is het belangrijk om een expert onder de arm te nemen." Iemand zoals Pierre. Hij noemt zichzelf een 'parasoloog' of 'parasolcoach'. "We presenteren ons niet graag als verkoper. Want wij geven advies en zeggen het ook als we iemand niet kunnen helpen".

Op ambachtelijke wijze

Symo Parasols richt zich voornamelijk op horeca-uitbaters 'en aanverwanten', zoals rusthuizen of golfterreinen en



"Parasols zijn een investering, geen kost."

>> seizoen vroeger en duurt het tot in oktober. Dan win je de investering snel terug.” Opmerkelijk: het bedrijf maakt nagenoeg alle parasols in België. Op die manier kan het kleine oplages snel leveren. Want ook voor één parasol mag je als hotel of restaurant bij Symo aankloppen. Enkel voor heel grote orders werkt het soms samen met firma’s in Zuid-Afrika, Oost-Europa en China. De Belgische fabricage leverde al enkele titels op, zoals het UNIZO Handmade in Belgium label en het prestigieuze Maestro dell’ Artigianato – meester in het ambacht – van de stad Rome.

Wauw-effect

Zo’n 15 jaar geleden startte Symo met het produceren van designparasols, ontworpen door (bekende) vormgevers. Intussen maken die zo’n 20 procent van de omzet uit. “De designparasols zijn onze beste reclame. Ze trekken de aandacht. Vroeger zouden we nooit voet aan wal gekregen hebben in Azië, want ze maken daar ge-

noeg parasols. Maar voor designparasols moeten ze wel naar ons komen.”

“Natuurlijk heb je bij de designparasols het wauw-effect. Maar ze blijven een kwaliteitsproduct, bedoeld om lang mee te gaan. Het beste bewijs vind je in Santorini. De hotels liggen daar op zo’n 200 meter hoogte, enorm blootgesteld aan zon en zee. Een uitdaging om daar parasols te zetten. Het hotel White Santorini koos voor onze Frou-Frouparasols (*met franjes, red.*). En die doen het goed. Ze staan er toch al sinds 2011. Leuk is dat het hotel de parasols ook echt in zijn marketing uitspeelt. De designparasols zijn dus meer dan een zottigheid.”

Plastieken goudvissen

Pierre werkte samen met grote namen in het design als Davy Grosemans, Mathias Hennebel, Lieven Musschoot, Chris Kabel en Dirk Wynants. Ook chocolatier Dominique Persoone ontwierp een parasol. Een wit doek waarover chocolade

leek te druipen zoals bij een dame blanche. Jarenlang prijkte de Nederlandse topdesigner Marcel Wanders bovenaan Pierres wenslijstje. Hij ontwierp vorig jaar de Geisha-parasol, met gestileerde bloemmotieven aan de binnenkant en een metalen strik als top.

Bijna keer op keer viel een ontwerp in de prijzen. In 2008 echter, kwam een creatie negatief in het nieuws. “We lanceerden de Coupe Parasolvoet van Jan Melis (*in de vorm van een ijsemmer, red.*) op een beurs in Rotterdam. In ons persbericht schreven we: ‘Je kan de voet echt voor alles gebruiken. Om je champagne te koelen, voor drijfkaarsjes of planten... Je kan er zelfs je vissen in laten zwemmen.’ Natuurlijk was dat laatste ludiek bedoeld, maar een verkiezingskandidaat van de dierenpartij in Nederland bracht het in de pers als pure dieren mishandeling. Waarop wij op de beurs plastieken visjes in de Coupe gooiden. Het grappige is dat we dankzij het mediaschandaal de publieksprijs gewonnen hebben.”



De Frou-Frouparasol in Santorini.



Hete zomer, zachte brexit

"Het weer heeft zeker een impact op de verkoop. De meeste horeca-uitbaters bestellen hun parasols al in januari-februari, maar bij een hittegolf zoals vorig jaar waren er nog veel die dan pas de telefoon grepen. Ja, ik hoop op een lange hete zomer. Maar ook op een fikse regenbui af en toe, om te beseffen dat je best voor een waterdichte parasol kiest."

"We ondervinden de invloed van de brexit die nog altijd op til is. In Londen heb je veruit de grootste concentratie aan interieurarchitecten die wereldwijd hotels en restaurants inrichten. Onze agent promoot er onze parasols en probeert ze daarnaast ook aan de horeca in het VK aan de man te brengen. Het afgelopen jaar viel de verkoop sterk terug. Niemand durft beslissingen te nemen. Ik hoop nog altijd dat het VK in de Unie blijft. En als er een brexit komt, dan liefst een zo zacht mogelijke."

Gezonde beroepsmisvorming

"Natuurlijk hebben we concurrentie van andere manieren om schaduw te creëren: overkappingen, paviljoenen, tentzeilen... Zelfs een boom is voor ons een concurrent. Maar de klassieke parasol zal altijd blijven bestaan. De evolutie staat niet stil. De laatste jaren had je de trend naar steeds grotere parasols met de mast opzij in plaats van in het midden. Bij Symo focussen we ons op dit moment vooral op het beter maken van onze producten. En op de internationalisering. Met de heel verre toekomst ben ik nog niet bezig. Ik ben al 7 jaar lang 49 jaar, te piepjong dus om al aan opvolging te denken (*lacht*)."

"Zit jij nu weer naar die parasol te kijken",

hoor ik wel vaker van mijn gezin als we een terrasje doen. Ik heb een gezonde vorm van beroepsmisvorming. Of ik neem plots in een stad een afslag omdat ik ergens een parasol zag staan. Je wil ook niet weten hoeveel foto's ik van parasols neem. Het is toch wel een passie. Maar ik ben ook echt een schaduwmens, al lang voor ik bij Symo werkte. Mij vind je altijd onder een parasol. Ik heb het niet graag te warm."

/ www.symoparasols.com

De Geisha-parasol.

"Kies de juiste parasol en je terras loopt vol"

In dit boek bundelt Pierre Christiaens ruim 25 jaar expertise en knowhow. Het bevat 50 nuttige tips die horeca-uitbaters in hun keuze van parasols moeten bijstaan. Volgens Pierre zijn dit de 3 belangrijkste:

1. **Kies voor een telescopische parasol.** "Deze kan je boven de tafels openen en sluiten. Zo hoef je niet telkens je terras te verhuizen, wat je een hoop tijd en moeite bespaart."
2. **Ga voor een waterdicht doek.** "België heeft jammer genoeg een kwakkelweer. Voor de horeca is dat een ramp. Want wie buiten aan het eten is, vlucht bij regen naar binnen. Organisatorisch is dat een ramp. Met een waterdichte parasol kunnen klanten buiten verder eten. Zo hoef je geen tafels binnen vrij te houden op een wisselvallige dag."
3. **Spreek met een expert.** "Hij komt ter plaatse voor advies en weet welke parasol je nodig hebt en hoeveel."

**ZO Magazine geeft 5 exemplaren weg.
Doe mee aan de lezersquiz (zie blz. 14)**

