

Door creatief te blijven en goed te luisteren naar de klant, blijft Luca Lifestyle onderscheidend.



# Specialist in lichtgewicht plantenbakken blaast tien kaarsjes uit met nieuwe blikvangers

‘Het ontwikkelen van nieuwe items is soms best een uitdaging’

Het is alweer tien jaar geleden dat Luca Lifestyle startte met het ontwerpen van hoogwaardige lichtgewicht plantenbakken met een eigentijdse uitstraling. In één decennium groeide het Brabantse bedrijf uit tot een bekende naam in de groensector, met wereldwijde klanten, een eigen productie-locatie en een steeds breder assortiment. ‘Door creatief te blijven en goed te luisteren naar de klant, blijf je onderscheidend’, zegt Willemijn Vos van het bedrijf. ‘We zijn erg trots op wat we in die tien jaar hebben bereikt.’

Auteur: Fleur Dil

Die focus op speelse en creatieve productontwikkeling voor het hogere segment maakt van Luca Lifestyle een opvallende speler. Ook nu pakt het bedrijf weer uit met nieuwe creaties. ‘We krijgen vaak verzoeken van klanten om bepaalde producten. Dat geeft ons weer inspiratie om onze collecties uit te breiden.’

## Uitbreiding Ruvido Organic

Zo komt Luca Lifestyle met een uitbreiding van de Ruvido-lijn. Deze serie werd vorig jaar

geïntroduceerd met twee modellen: de Ruvido Combi, een bak met twee verschillende structuren in een organische vorm, en de Ruvido Organic, een pot met één structuur, eveneens in organische vorm. Willemijn Vos, *head of marketing & operations*: ‘Daar werd zo enthousiast op gereageerd, dat we hebben besloten de Ruvido Organic-lijn uit te breiden met een lagere versie, de Ruvido Organic Low.’

Luca Lifestyle speelt hiermee in op de behoefte

van klanten om vrij te kunnen mixen en matchen met vormen, structuren en kleuren. ‘Door de toevoeging van deze lagere versie kunnen ze nu ook spelen met hoogte.’

## Pure decoratie

Een opvallende en enigszins gewaagde toevoeging aan het assortiment is de introductie van de Decoration Stones. Deze decoratieve elementen, gemaakt van hetzelfde materiaal als de potten, zijn verkrijgbaar in drie formaten (60,

70 en 80 cm) en in de bekende kleuren *sand*, *clay* en *earth*. 'Het was best een gok', erkent accountmanager Anne de Vrij. 'Tot nu toe lag de focus op functionele, lichtgewicht potten. Met dit item voegen we voor het eerst een puur decoratief element toe aan onze collectie.'

Die gok blijkt goed uit te pakken; de reacties van klanten zijn zeer positief. 'De Stones zijn inmiddels ook als 3D-model beschikbaar voor gebruik in ontwerpen.' Dankzij de vertrouwde kleuren en het identieke materiaal zijn ze perfect te combineren met de potten. Net als alle items uit de collectie van Luca Lifestyle zijn ze weerbestendig en door hun lage gewicht eenvoudig te verplaatsen. 'Klanten waarderen de mogelijkheid om naast de potten ook iets decoratiefs toe te voegen. Denk aan toepassingen rond zwembaden, op terrassen of als eyecatcher in een border.'

Een andere toevoeging is het nieuwe tafel-model van de Grigio- en Terreno-serie, de Bowl. 'Dit is een mooi item voor klanten die projecten tot in detail willen afwerken', zegt De Vrij. 'Het zijn schaalmodellen van 40 en 50 cm, net iets anders van vorm. Daardoor zijn ze perfect te stylen, bijvoorbeeld in een buitenkeuken of op een lage muur.'

## Klantportaal

De afgelopen periode is er hard gewerkt aan een compleet vernieuwd klantportaal, dat in april live is gegaan. 'We hadden al een portaal waar klanten bestellingen konden plaatsen en productinformatie konden raadplegen', vertelt Vos. 'Maar dit nieuwe portaal biedt veel meer mogelijkheden.' Zo kunnen klanten nu ook gebruikmaken van een uitgebreide beeldbank met sfeerbeelden, 3D-modellen en gedetailleerde gebruikersinformatie. Daarnaast is het portaal ook toegankelijk voor consumenten, zodat ook zij de digitale catalogus met de complete collectie kunnen inzien.

## Tien jaar Luca Lifestyle

In november viert Luca Lifestyle het tienjarig bestaan, een mijlpaal waarbij het Brabantse bedrijf uitgebreid stil wil staan. 'We zijn enorm trots op wat we de afgelopen tien jaar hebben bereikt', zegt Vos. 'Na de oprichting in 2015 zijn we organisch uitgegroeid tot de internationale speler die we nu zijn.'

Het succes van Luca Lifestyle lijkt het resultaat van een scherp oog voor trends en een goed

gevoel voor wat de markt vraagt. 'Je moet je voortdurend blijven afvragen waarmee je je kunt onderscheiden', aldus Vos. 'Dat maakt het ontwikkelen van nieuwe items soms best een uitdaging. Zo was de ontwikkeling van de organisch gevormde Ruvido-lijn een intensief proces; het vinden van de juiste vorm, verhoudingen en afwerking kostte veel inspanning.'

Juist door dat innovatieve karakter én het nauwe contact met klanten is het gelukt om de collectie steeds verder te verfijnen. 'We luisteren goed naar onze klanten', vertelt De Vrij. 'Hun feedback gebruiken we om gericht door te ontwikkelen. Zo blijft onze collectie niet alleen eigentijds, maar ook relevant.'

## Grotere fabriek, duurzamere productie

De internationale groei van het bedrijf had ook gevolgen voor de productiecapaciteit. Sinds jaar en dag vindt de productie plaats in Vietnam, waar Luca Lifestyle duurzame samenwerkingen heeft opgebouwd. 'Onlangs hebben we daar een nieuwe fabriek geopend, fors groter dan de vorige', vertelt De Vrij. 'Daardoor kunnen we efficiënter en milieuvriendelijker produceren, onder betere arbeidsomstandigheden. Het is een belangrijke stap vooruit, zowel voor onze organisatie als voor de kwaliteit die we leveren.'

# Dankzij de vertrouwde kleuren en het identieke materiaal zijn de Decoration Stones perfect te combineren met de potten

Het jubileumjaar wordt gevierd met een speciaal accent. 'We markeren dit moment met een jubileumcollectie', zegt Vos. 'Daarover krijgen onze klanten later meer informatie, maar dat er iets moois aankomt, is zeker.'



Willemijn Vos: 'We zijn enorm trots op wat we de afgelopen tien jaar hebben bereikt.'



Anne de Vrij: 'De feedback van klanten gebruiken we om gericht door te ontwikkelen.'



**BE SOCIAL**  
Scan, lees & deel!