

www.trends.be

# tendances Trends

  
**Trends**  
GAZELLES 2014

PROVINCE DE **HAINAUT**

Découvrez les 200  
entreprises **les plus**  
**performantes**

ÉCONOMIE ET FINANCES • 39<sup>e</sup> ANNÉE • N°11 • € 5,50 • P509559 • 13 MARS 2014

LE MYTHE DU HAUT DE GAMME

# LUXE, MENSONGES & MARKETING

- Le secteur pèse  
**217 milliards d'euros**
- Un marché discret  
où **certaines vérités**  
**sont tuées pour**  
**vendre plus**



F.M. de Polignac

**Le PDG de Carrefour : Quitter la Belgique ?**

## UNE RUMEUR FANTAISISTE

5 114 14 286 11 21 12 13 11

DESIGN BRUXELLOIS

# Tamawa décline la boule de billard

Le designer Hubert Verstraeten commercialise sous la marque Tamawa une large gamme d'objets et de bijoux faits à partir de bakélite, la matière des boules de billard. Ses montres sont notamment vendues au MoMA, à New York. Portrait de cette PME bruxelloise.

**C**olliers, patères, bouchons de champagne, boucles d'oreille, clés USB, portemanteaux, lampes, porte-photos, boutons de manchette, bagues, etc. Ce sont 40 articles et modèles différents, tous réalisés à partir de boules de bakélite, que propose Tamawa. Cette PME dirigée par le designer belge Hubert Verstraeten décline la matière de la boule de billard depuis 2008. Notamment à travers des collaborations avec d'autres créateurs, invités à proposer leur propre utilisation des boules et billes colorées. Le designer belge Alain Berteau est, par exemple, à l'origine de deux modèles de salières et de poivriers.

Des produits dont les prix s'étendent de 38 euros pour un porte-photos à 1.000 euros pour la suspension à néons créée par Sylvain Willenz. «Mais 80% du chiffre d'affaires est réalisé grâce à des produits de 100 à 300 euros, précise Hubert Verstraeten. Le best-seller est la montre, qui coûte 250 euros.» C'est également la montre qu'a choisi le MoMA de New York pour sa boutique.

## Un partenariat très belge

Cette variété est permise par un partenariat avec l'entreprise belge Saluc, leader mondial dans la fabrication des boules de billard, qui fabrique également des billes de mini-billard, des boules de snooker ou de jeu de quilles, entre autres. «Dans leur large gamme,



**HUBERT VERSTRAETEN, DESIGNER ET DIRECTEUR DE TAMAWA**  
«Pour exposer à travers le monde, si on n'est pas le plus grand ou le plus fort il faut être plus rapide que d'autres, offrir un service efficace, être proche de ses clients.»

nous puissions 12 tailles et 11 couleurs de boules. Cela nous permet de créer à l'infini et de proposer de nombreuses déclinaisons de nos produits», explique le fondateur de Tamawa.

Elaborée en 2008, la montre a été le premier produit imaginé et développé par Hubert Verstraeten à partir d'une bille de bakélite. Orfèvre et designer de bijoux, créant jusqu'alors des bijoux contemporains en acier, il décide de sortir cette pièce de sa collection et de développer une marque autour du concept. «J'ai réalisé que le travail de ces billes permettait de nombreuses possibilités et perspectives, se souvient-il. Ce qui m'intéresse

dans le projet, c'est le processus de fabrication et de distribution. Je me considère plus comme un chercheur que comme un designer. Je travaille la matière et vois ce qu'elle est capable de donner, ce que je peux en faire.» Ce qui a attiré le designer, c'est également la possibilité de se différencier. «Saluc a un monopole et nous sommes les seuls à avoir développé un partenariat de ce type. Ils aiment ce que nous faisons et nous leur offrons une visibilité. Il y a une sorte d'exclusivité tacite. Cela donne un aspect unique à notre gamme, une sorte de protection naturelle.»

## Se différencier pour mieux exporter

«J'ai toujours voulu travailler aux quatre coins du monde, pouvoir exporter, etc. Mais pour cela, il faut avoir une identité très forte. Se différencier. C'est primordial dans les salons comme Maison et Objet à Paris, par exemple. Or, développer une entreprise comme Tamawa demande des investissements intellectuels, physiques et financiers importants. Si c'est pour se faire manger tout cru après un an, cela n'en vaut pas la peine. Ce caractère unique était donc essentiel à mes yeux», explique Hubert Verstraeten.

Aujourd'hui, l'entreprise réalise 60% de son chiffre d'affaires à l'étranger. Sur 180 points de vente, 42 sont situés en Belgique. Les produits sont également vendus sur le site de la marque, qui permet de faire des simulations de couleurs. Prochain objectif, renforcer le nombre de points de vente à l'étranger. «Nous sommes satisfaits de notre présence en Belgique. Nous devons maintenant développer l'Asie et achever de nous étendre aux Etats-Unis», projette le créateur-entrepreneur.



## Un processus intégré

Pour séduire les boutiques partenaires, se différencier ne suffit pas, estime Hubert Verstraeten. «Pour exposer à travers le monde, si on n'est pas le plus grand ou le plus fort, il faut être plus rapide que d'autres, offrir un service efficace, être proche de ses clients.

C'est cette réactivité, combinée à l'aspect unique qui nous a permis de rentrer chez Barneys, au MoMA, au Centre Pompidou, au Bon Marché et chez Smets», estime le fondateur de l'entreprise.

Pour pouvoir livrer rapidement, Tamawa gère l'entièreté du processus de fabrication dans son atelier bruxellois, situé dans l'arrière-maison d'Hubert Verstraeten. Les billes et boules de bakélite brutes y sont rangées dans des tiroirs et classées par couleur. Deux ouvriers scient, fraisent, découpent ou vident les boules et assemblent les différents éléments. On aperçoit près de l'entrée un tas de poussière rose, résultat de la perforation d'une boule de la même



## Déménagement stratégique

La croissance n'est pourtant pas aussi rapide qu'espéré. «Nous avons progressé de 30% en 2012 et de 5% en 2013, pour arriver à un chiffre d'affaires de 230.000 euros environ. L'idéal serait une progression annuelle de 20 ou 30% durant les cinq ans à venir, puis une stabilisation.» C'est dans cet objectif que l'équipe déménagera dans les prochaines semaines. Pour occuper un des nouveaux locaux du site Bara-De Lijn, ancien dépôt de trams transformé en espace de bureaux et logements, près de la gare du Midi.

Ce changement d'atelier permettra l'installation d'une machine d'usinage. «Un investissement qui nous permettra

de gagner du temps, de produire en plus grande quantité, de développer de nouveaux produits et, je l'espère, de pouvoir dégager une marge plus importante, explique Hubert Verstraeten. Le processus est déjà bien mis au point. Nous pouvons doubler le chiffre d'affaires avec le même nombre d'employés.» En Belgique, l'équipe aimerait développer des projets architecturaux ou sur mesure.

«Nous ne serons plus limités par l'espace et le temps, cela augmente les possibilités», se réjouit-il. Si le volume des commandes n'est pas au rendez-vous rapidement, le designer envisage de faire de la sous-traitance et de proposer le savoir-faire de son équipe à d'autres créateurs et entreprises: «Si notre collection ne suffit pas à nourrir l'outil, on le nourrira autrement!»

Quant à la matière première, la boule de bakélite, elle est disponible en quantités suffisantes: «Saluc produit environ 30.000 boules par jour et plusieurs millions chaque année. En commander davantage ne serait pas un problème. Et leur catalogue offre suffisamment de possibilités. Même si des commandes de couleurs spéciales ne sont pas à exclure dans le futur.»

© LARA VAN DIEVOET

[www.tamawa.be](http://www.tamawa.be)