

EXPERIENCE AMAZING

THE LIFESTYLE MAGAZINE FOR THE LEXUS DRIVERS
AND THE LEXUS DRIVERS CLUB



Ayez confiance
en votre chemin.

SAM D'HAESELEER
MASSOTHÉRAPEUTE,
RÊVEUR






Collection de lunettes belges avec un message inspirant.

UNE HISTOIRE PUISSANTE POUR TOUT LE MONDE
WWW.WOLFIN-EYEWEAR.BE



 wolfin_eyewear

 @wolfineyewear



La bijouterie de Portus Ganda



Selected by Lien

Aucun bijou ne capte et ne reflète plus somptueusement la lumière qu'un solitaire. Le Conseil supérieur du Diamant a désigné la bijouterie Vanhoutteghem « Point of Trust » en Belgique. Le choix posé avec conviction de nommer Vanhoutteghem découle de sa réputation de « Maison de confiance »

+32 9 225 50 45

www.vanhoutteghem.com



VANHOUTTEGHEM

TIME & JEWELRY

GHENT



MARCO BICEGO

OMEGA

BREITLING
1884

MESSIKA
PARIS



ZENITH
THE FUTURE SINCE 1845

VICENZA
FOPE
DAL 1929

HERMÈS
PARIS

MONTBLANC



SOMMAIRE

// 28



LEXUS	L'AVENIR EST ÉLECTRIQUE	10
LEXUS	LA LEXUS LC 2024 BÉNÉFICIE D'INNOVATIONS BIENVENUES EN EUROPE ET S'ENRICHIT DE L'ULTIMATE EDITION	18
LEXUS	LEXUS LM: LA NOUVELLE VERSION SERA PRÉSENTÉE AU SALON DE SHANGHAI 2023	20
LEXUS	COMMENT LEXUS A CONÇU UN VOLANT YOKE BIEN MEILLEUR QUE CELUI DE TESLA	24
JEWELLERY	TENSEN JUWELIERS: UNE ENTREPRISE FAMILIALE AU SERVICE DU CLIENT	30
LEXUS	FUTUR CLASSIQUE: LEXUS LS 1990-1994	38
ADVERTORIAL	DETREMMERIE: LES SYSTÈMES MODULAIRES ONT LE VENT EN POUPE	42
ADVERTORIAL	VANTYGHEM PROPOSE: ARTWORK!	48



SOMMAIRE

// 28

ADVERTORIAL	AHOOGA LANCE UN PROGRAMME "FLOTTE DE VÉLOS" POUR LES PETITES ET GRANDES ENTREPRISES	54
FASHION	ATELIER VIC REMODÈLE LE MONDE DE LA MODE MASCULINE ET DU TAILORING	58
ADVERTORIAL	RE-VOLT BELIEVERS	66
ART	INVESTIR DANS LA PEINTURE RAFFINÉE INÉDITE	72
ADVERTORIAL	LA FONDATION PELICANO DONNE AUX ENFANTS ET AUX JEUNES PLUS DE CHANCES D'AVOIR UN BEL AVENIR!	80
ADVERTORIAL	GOMMAIRE - ORGANIC LIVING	88
FASHION	NOTERMAN FASHION OFFRE UNE QUALITÉ SUPÉRIEURE DURABLE	95



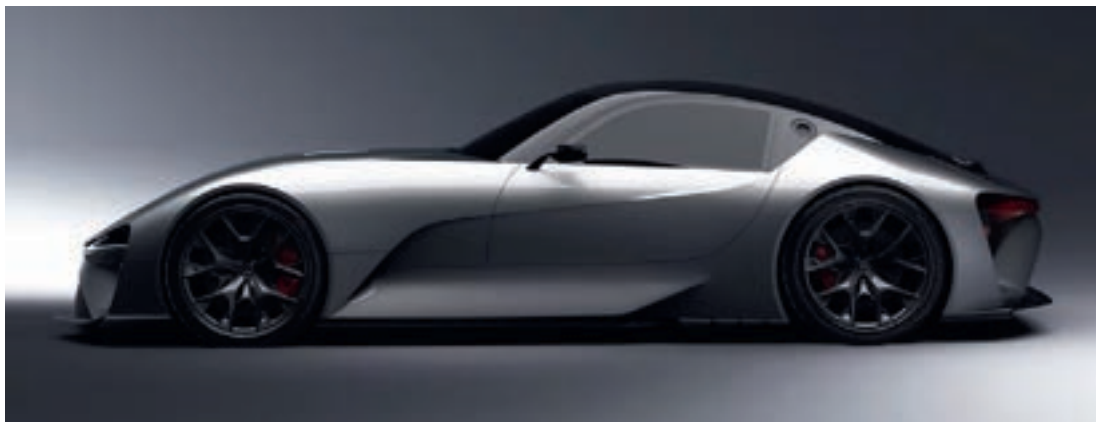
LEXUS

L'AVENIR EST ÉLECTRIQUE

DANS LES ANNÉES À VENIR, NOUS VISIONS DES VÉHICULES ENTIÈREMENT ÉLECTRIQUES DANS TOUS LES SEGMENTS À L'ÉCHELLE MONDIALE. NOTRE VISION DE L'ÉLECTRIFICATION EST UNE EXPÉRIENCE DE CONDUITE QUI REPOUSSE LES LIMITES DE LA PERFORMANCE, DU RAFFINEMENT ET DE LA POLYVALENCE. AVEC UN DESIGN CRÉATIF, UN SAVOIR-FAIRE IMPECCABLE ET LE SOUTIEN D'UN RÉSEAU NATIONAL DE CONCESSIONNAIRES, C'EST UNE VISION OÙ CHAQUE LEXUS ÉLECTRIFIÉE RÉPOND À LA NORME AUTOMOBILE LA PLUS ÉLEVÉE: PORTER LE NOM DE LEXUS.

SOURCE: WWW.LEXUS.COM





LA LEXUS ELECTRIFIED SPORT

La Lexus Electrified Sport, successeur spirituel de l'emblématique supercar LFA, symbolise l'avenir de Lexus. Exploitant tout le potentiel de l'électrification pour repousser toutes les limites, tant sur la route que sur la piste, la Lexus Electrified Sport vise un temps de 0 à 100 dans les deux secondes et une distance de conduite de plus de 700 km, grâce à l'utilisation éventuelle de batteries à l'état solide.



LA LEXUS ELECTRIFIED SEDAN

Nous croyons qu'il est possible d'exploiter tout le potentiel d'une voiture grâce à l'électrification. C'est pourquoi notre vision d'une berline entièrement électrique est celle d'un véhicule qui garantit que, quel que soit le trajet, il sera de la plus haute qualité.



LA LEXUS ELECTRIFIED SUV

Que nous nous appuyions sur notre héritage tout-terrain pour offrir de nouvelles expériences récréatives passionnantes ou que nous trouvions de nouveaux moyens de combiner polyvalence et conduite dynamique, nos véhicules électriques à batterie de demain vous procureront plus de plaisir et d'agrément.







dekeyzer

cuisine et intérieur avec finesse

Menen | Industrielaan 55, +32 (0)56 52 13 40
Roeselare | Diksmuidsesteenweg 370c, +32 (0)51 26 06 80
Waregem | Stationsstraat 38a, +32 (0)56 28 02 70
Sijsele | Dorpstraat 175a, +32 (0)50 73 46 17
Sint-Mortens-Latem | Kortrijksesteenweg 1, +32 (0)9 241 54 54
Kruisem | Kruishoutemsesteenweg 267, +32 (0)9 398 74 90
Boortmeerbeek | Leuvensesteenweg 74a, +32 (0)15 67 64 01





 GEMINI

Des bijoux et montres pour des hommes,
garçons, pères et fils.
Pour des entrepreneurs et voyageurs,
des penseurs et faiseurs.

GEMINI-OFFICIAL.COM



DETREMMERIE
BATHROOM FURNITURE

WWW.DETREMMERIE.BE

NO LIMIT WOOD

BELGIAN DESIGN & QUALITY PRODUCT



LEXUS

LA LEXUS LC 2024 BÉNÉFICIE D'INNOVATIONS BIENVENUES EN EUROPE ET S'ENRICHIT DE L'ULTIMATE EDITION



LE COUPÉ ET LE CABRIOLET LEXUS LC 2024 ENTRERONT EN PRODUCTION POUR LE MARCHÉ EUROPÉEN LE MOIS PROCHAIN, ET LE CONSTRUCTEUR A DONC ANNONCÉ CE QUI EST PRÉVU. NOUS NOUS ATTENDONS À CE QUE LA PLUPART DES CHANGEMENTS, SINON TOUS, FASSENT LEUR CHEMIN JUSQU'ICI. COMME POUR LE RESTE DE LA GAMME LEXUS, LE SYSTÈME D'INFO-DIVERTISSEMENT À PAVÉ TACTILE CÈDE LA PLACE À UN SYSTÈME PLUS SOPHISTIQUÉ ET PLUS COMPLET, DOTÉ D'UN ÉCRAN TACTILE PLUS GRAND. L'ÉCRAN DE 10 POUCES A ÉTÉ REMPLACÉ PAR UN ÉCRAN DE 12,3 POUCES. L'ÉCRAN A ÉTÉ DÉPLACÉ DE SA NICHE ET RAPPROCHÉ DE 8,6 CM DU CONDUCTEUR POUR EN FACILITER L'UTILISATION. LES FONCTIONNALITÉS COMPRENNENT LA COMMANDE VOCALE QUI PEUT RÉPONDRE À UNE CENTAINE DE COMMANDES, APPLE CARPLAY FONCTIONNE AVEC OU SANS CÂBLE, TANDIS QUE LES UTILISATEURS D'ANDROID AUTO DOIVENT SE BRANCHER. LA NAVIGATION BASÉE SUR LE CLOUD FOURNIT DES INFORMATIONS EN TEMPS RÉEL SUR LE TRAFIC ET LES ROUTES, ET L'APPLICATION POUR SMARTPHONE LEXUS LINK PEUT COMMANDER À DISTANCE DES FONCTIONS TELLES QUE LE VERROUILLAGE DES PORTES ET LE RÉGLAGE DU CHAUFFAGE, DE LA VENTILATION ET DE LA CLIMATISATION. CÔTÉ AUDIO, LE SYSTÈME AUDIO MARK LEVINSON À 13 HAUT-PARLEURS DE SÉRIE REÇOIT DE NOUVEAUX HAUT-PARLEURS POUR LE TABLEAU DE BORD ET LE DOSSIER DE LA BANQUETTE ARRIÈRE, POUR UNE MEILLEURE REPRODUCTION DU SON EN HAUTE RÉOLUTION.

SOURCE: WWW.AUTOBLOG.COM



Ailleurs dans l'habitacle, de nouveaux matériaux pour les sièges peuvent être commandés et l'équipe chargée des couleurs a ajouté des options d'intérieur bicolores. L'option Bleu & Blanc propose des touches de bleu sur le volant, le levier de vitesse, la décoration inférieure des portes et les glissières avant. Rose est destiné aux acheteurs sportifs et combine des sièges rouges, une console de tunnel, un tableau de bord et des garnitures de poignées de portes inférieures avec un habitacle «noir foncé». Les designers ont également revu la sélection des matériaux sur le côté passager du tableau de bord et les garnitures de porte du pack sport ont été améliorées en fibre de carbone.

Les capacités techniques de l'ensemble des systèmes de sécurité du conducteur Lexus Safety System + ont été étendues. Le Pre-Collision System peut désormais surveiller les cyclistes pendant la journée, ainsi que les autres véhicules et les piétons. Le système d'assistance pour les virages en intersection aide les conducteurs à prendre les virages à gauche et à droite sans protection. Le régulateur de vitesse dynamique à radar est doté d'un système de réduction de la vitesse en courbe qui ajuste automatiquement la vitesse du véhicule en fonction du rayon du virage.



À l'extérieur, les couleurs Heat Blue Contrast Layering et Sonic Copper sont ajoutées à la palette, ainsi que trois nouvelles jantes en acier de 20 ou 21 pouces. Les nouveaux rétroviseurs latéraux réduisent le bruit du vent et intègrent désormais des caméras pour le système de vision panoramique de série.

Les performances sont améliorées sur le plan mécanique grâce à la révision de nombreux composants tels que les ressorts hélicoïdaux, les roulements de moyeu, les supports de moteur et les supports de direction. Sur le plan électronique, le système de freinage à commande électrique a été programmé pour offrir une «sensation plus naturelle et plus homogène» et la logique de la boîte automatique à 10 rapports a été retravaillée «pour mieux anticiper les intentions du conducteur en mode D» et offrir une expérience plus sensationnelle en mode Sport S+. Pour les propriétaires qui emmènent leur LC sur circuit, il existe un nouveau mode Expert qui désactive l'antipatinage, autorisant ainsi les dérapages.

La batterie lithium-ion de la LC 500h libère sa puissance plus rapidement grâce à des cellules de plus grande capacité.

Enfin, la LC Ultimate Edition entrera en production en septembre. Cette version sera disponible pour le coupé et le cabriolet à moteur V8. Elle sera peinte en blanc Hakugin avec une finition satinée, contrastée par des garnitures noires autour de la voiture et un aileron arrière en fibre de carbone. L'intérieur bleu kachi rappelle les fils kachi-iro autrefois cousus sur les armures des samourais. D'autres améliorations apportées au moteur et au différentiel arrière, une sellerie en Alcantara, des plaques de roulement portant la mention «Limited Edition» et une plaque en aluminium pour le levier de vitesse portant le numéro d'identification de la voiture complètent les touches spéciales.

LEXUS

LEXUS LM: LA NOUVELLE VERSION PRÉSENTÉE AU SALON DE SHANGHAI 2023

LE NOUVEAU MONOSPACE SERA ÉGALEMENT COMMERCIALISÉ EN EUROPE

SOURCE: WWW.ANSA.IT



Lexus a annoncé il y a peu qu'elle profiterait du salon de l'automobile de Shanghai 2023 pour présenter la nouvelle Lexus LM. Ce sera la première fois que le luxueux monospace sera également proposé en Europe, puisqu'il était jusqu'à présent réservé à certains marchés asiatiques (dont la Chine).

Malheureusement, le teaser et les informations qui l'accompagnent ne montrait pas s'il s'agissait d'un nouveau restylage ou d'une nouvelle génération du monospace. Toutefois, l'image montrait une partie arrière largement redessinée avec un nouveau pilier D, de nouveaux blocs optiques et un nouveau spoiler.

L'actuelle Lexus LM est basée sur la troisième génération de la Toyota Alphard/Vellfire et affiche une longueur de carrosserie de 5040 mm. Elle est disponible en versions sept et quatre places, cette dernière étant dotée d'un grand écran pour les passagers



arrière. La voiture est proposée en deux versions, 300h et 350, avec des moteurs hybrides à quatre cylindres de 2,5 litres et des moteurs à essence V6 de 3,5 litres, respectivement.

IL SE PEUT QU'ELLE NE SOIT PROPOSÉE QU'AVEC DES MOTEURS ÉLECTRIFIÉS

Étant donné que la nouvelle Lexus LM arrivera également en Europe, il est probable qu'elle ne sera proposée qu'avec des groupes motopropulseurs électrifiés afin de se conformer aux réglementations plus strictes en matière d'émissions sur le Vieux Continent.

Quoi qu'il en soit, le constructeur japonais affirme que le nouveau monospace sera très confortable et qu'il sera son modèle phare.

VIE LUXUEUSE

Projet VOT, un projet élégant et chaleureux entièrement conçu sur mesure par nos architectes d'intérieur. Le canapé Citizen clair contraste magnifiquement avec le mur TV sur mesure en chêne foncé. Cela se reflète également dans la table Erin, spécialement conçue ici avec un pied conique. Dans la cuisine, un marbre unique a été sélectionné et s'intègre parfaitement à l'ensemble. L'éclairage époustouffant d'Atmooz complète le tout.





Découvrez et partagez
ce code QR :



Nos architectes d'intérieur sont heureux de vous aider dans la recherche de l'intérieur de vos rêves. Prenez un premier rendez-vous sans engagement en ligne ou dans notre concept store à Geel pour discuter de votre projet.


CHARRELL
HOME INTERIORS

Vossendaal 10 - Geel - T 014 58 71 93
du ma au sa: 10u-18u, di: 13u-18u

www.charrell.be

LEXUS

COMMENT LEXUS A CONÇU UN VOLANT YOKE BIEN MEILLEUR QUE CELUI DE TESLA

LEXUS UTILISE LA TECHNOLOGIE STEER-BY-WIRE POUR SON VOLANT YOKE, CE QUI LUI PERMET DE COMPTER BEAUCOUP MOINS DE DEGRÉS DE ROTATION, ET DONC D'OFFRIR UNE MEILLEURE TENUE DE ROUTE À BASSE VITESSE.

SOURCE: WWW.HOTCARS.COM



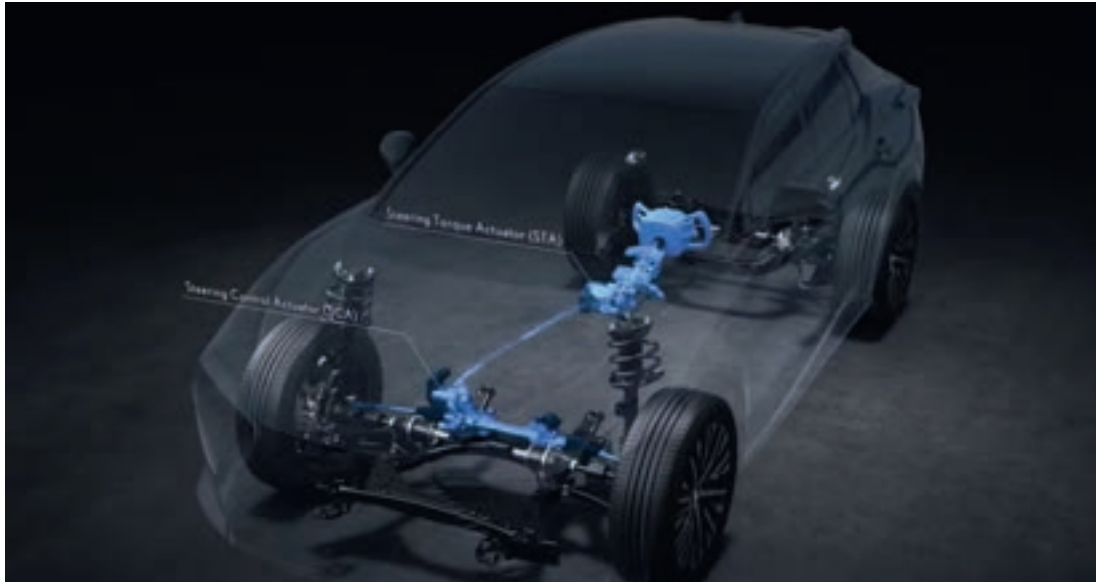
Le premier SUV entièrement électrique de Lexus, la RZ 450e, a fait les gros titres pour toutes les bonnes raisons. Parmi les caractéristiques étonnantes de la RZ 450e, le volant Yoke a attiré l'attention de nombreux internautes. Toyota, la société mère de Lexus, avait déjà utilisé ce volant unique dans le modèle conceptuel de la Toyota bZ4X. Cependant, c'est la RZ 450e qui a eu accès à ce volant, car la bZ4X de série était équipée d'un volant plus conventionnel.

Plusieurs personnes ont déjà exprimé leur mécontentement à l'égard de ce type de volant à empennage lorsque Tesla l'a introduit dans les Model S et Model X. La décision d'introduire le volant yoke dans les voitures Tesla s'est avérée si controversée qu'elle propose désormais le volant rond en deuxième option et non de série. Alors, le volant yoke de Lexus est-il meilleur ou plus pratique que celui de Tesla? Nous l'avons découvert.

LEXUS UTILISE LA TECHNOLOGIE DU FIL DIRECTEUR POUR SON VOLANT YOKE

Lorsqu'on conduit une voiture équipée d'une direction assistée classique, une connexion mécanique directe relie le volant à la crémaillère de direction. Lorsque l'on tourne le volant conventionnel, l'arbre de direction tourne avec lui, ce qui fait tourner un engrenage qui force le mouvement de va-et-vient de la crémaillère de direction. Ce processus attire les barres d'accouplement, qui font finalement tourner les roues de la voiture. Dans les véhicules modernes, l'ensemble de ce processus est assisté électroniquement par un moteur électrique, monté soit en ligne avec la colonne de direction, soit séparément de la crémaillère et du pignon.

Dans la technologie steer-by-wire de la Lexus RZ450e 2023 avec volant yoke, cependant, l'arbre de direction



n'existe pas. Au lieu de cela, il y a un capteur qui enregistre le mouvement de rotation du volant yoke. Sur la base des informations reçues par le capteur, un contrôleur indique au moteur de la crémaillère de direction le mouvement requis pour les roues avant. Ce moteur, appelé actionneur de commande de direction, détecte les mouvements de la surface de la route sur les pneus.

Cette information est ensuite transmise à un moteur électrique monté sur la colonne de direction, connu sous le nom technique d'actionneur de couple de direction. Ce moteur fournit le retour d'information nécessaire au conducteur et filtre les vibrations désagréables. L'ensemble du processus est contrôlé électroniquement. Bien que similaire à un simulateur de conduite, le retour d'information du conducteur se fait en réponse aux forces affectant les roues avant.

EN QUOI LA DIRECTION YOKE DE LEXUS EST-ELLE DIFFÉRENTE DE CELLE DE TESLA?

L'utilité de tourner d'une main à l'autre n'a pas beaucoup de sens avec le volant yoke de Tesla. Avec ce volant, se garer dans les virages serrés et à faible vitesse est inutilement compliqué. Le volant yoke de Lexus tourne de 150 degrés dans les deux sens jusqu'à ce que l'on s'arrête net en l'actionnant. Cela donne au volant une rotation totale de 300 degrés, soit beaucoup moins que les 840 degrés du volant yoke de Tesla. Lexus a ainsi éliminé la possibilité de tourner d'une main à l'autre en utilisant un faible rapport de direction à faible vitesse.





À des vitesses plus élevées, un boîtier de direction avec un rapport très court peut déstabiliser le comportement de la voiture. Dans ce cas, la direction peut sembler beaucoup trop sensible pour de nombreux conducteurs, en particulier ceux qui conduisent une voiture pour la première fois. Les voitures modernes dotées d'une direction à rapport variable peuvent tenter de remédier à ce problème, mais leur conception est mécaniquement limitée, car il existe une connexion mécanique directe entre le volant et la colonne de direction. La conception à commande électronique de Lexus élimine ce problème. Elle permet une direction réactive à faible vitesse, tandis que le rapport augmente par étapes plus petites à des vitesses plus élevées, avec une augmentation de la vitesse du véhicule pour obtenir un comportement naturel.

Le volant yoke de Lexus est également beaucoup plus convivial que celui de Tesla, car il comporte encore de nombreux boutons et leviers physiques pour des commandes telles que les clignotants, les essuie-glaces, les feux et le régulateur de vitesse. Le volant de la Tesla semble minimaliste et plus compliqué, car la plupart des commandes se font par l'intermédiaire de l'énorme écran tactile.



Galerie Art Center Horus
Latemstraat 5-8, Sint-Martens-Latem
Zeedijk 697 B/C, Knokke
+32 9 395 08 88
info@artcenterhorus.com
www.artcenterhorus.com



BLUESOUND



NEW! THE PULSE M.

Wireless Multi-Room Music Streaming Speaker

BLUOS



TIDAL
CONNECT



SCAN ME!



STREAM ANY MUSIC.

As your all access pass to millions of tracks, the BluOS Controller app allows you to stream songs from your existing music services, tune in to your favorite podcasts, or even listen to music from your personal collection. Thanks to aptX™ HD Bluetooth®, users can wirelessly stream any music or app from a Bluetooth-enabled device in CD-quality, opening up a whole new realm of streaming possibilities with the PULSE M.

RULE YOUR SONIC DOMAIN

The PULSE M uses your Wi-Fi network to get set up as soon as it comes out of the box. Simply open the BluOS Controller app and watch as it walks you through the set-up process step-by-step. You can customize the speaker's name and give it a room, adjust audio settings, and program the 5 quick-touch preset buttons that let you quickly listen to your favorite radio stations, music services and playlists with a simple tap.

• BluOS Streaming (WiFi/LAN) • Optical/Analog Input • aptX HD Bluetooth 5.0 (Two-Way) • IR Sensor Built In



BLUESOUND DEALERS

di Monaco

Stationsstraat 66 - 9100 Sint-Niklaas

03 776 24 40 - www.dimonaco.be

∞

D&M beeld- en klankstudio

Beverestraat 4c - 9700 Oudenaarde

055 30 28 05 - www.d-en-m.be

∞

Audiomix

Liersesteenweg 321 - 3130 Aarschot

016 56 10 62 - www.audiomix.be

∞

Concepts

Wolvenstraat 2 - 9620 Zottegem

09 360 55 22 - www.concepts.be

∞

HE Solutions

Turnhoutsebaan 155 - 2390 Oostmalle

0495 55 76 91 - www.hesolutions.be

∞

Arnout Deerlijk

Beverenstraat 23 - 8540 Deerlijk

056 71 96 52 - www.arnout.be

Arnout Kortrijk

Veemarkt 12 - 8500 Kortrijk

056 2117 89 - www.arnout.be

∞

Hifi Corner Antwerpen

Sint-Katelijnevest 53 - 2000 Antwerpen

03 23 299 50 - www.hificorner.be

∞

Hifi Corner Schoten

Paalstraat 128 - 2900 Schoten

03 658 34 70 - www.hificorner.be

∞

Hifi Corner Deurne

Jozef Verbovenlei 54 - 2100 Deurne

03 322 01 11 - www.hificorner.be

∞

Beeld, Klank & Koffie Verheeken

Sint-Gillisstraat 22 - 9170 De Klinge

03 770 73 48 - www.verheeken.be

∞

DISCOVER THE PULSE FAMILY



TENSEN JUWELIERS: UNE ENTREPRISE FAMILIALE AU SERVICE DU CLIENT “LES GRANDES MARQUES RACONTENT UNE HISTOIRE”

TENSEN JUWELIERS ATTACHE UNE GRANDE IMPORTANCE AU CONTACT PERSONNEL. LA BOUTIQUE PROPOSE DES MONTRES DE POINTE POUR LES FEMMES ET LES HOMMES. IL EXISTE PLUSIEURS ÉDITIONS LIMITÉES ET SPÉCIALES. LA GAMME DE BIJOUX EST ÉGALEMENT TRÈS VARIÉE ET EXCLUSIVE.

TEXTE: HILDE PAUWELS - PHOTOS: TENSEN JUWELIERS





TenSen Jewellers est un magasin de qualité bien connu à Anvers. Il s'agit d'une entreprise familiale authentique et chaleureuse où la quatrième génération travaille actuellement. C'est ce qui la rend si particulière. Elle a une longue histoire derrière elle. «À l'origine, la famille Tensen était établie aux Pays-Bas, mais au fil des ans, elle s'est installée à Anvers», explique Charlotte De Groof, Time Visualiser et responsable du marketing. Tout a commencé en 1885, lorsque le grand-père Klaas Tensen réparait des montres en tant qu'employé. Son fils Nicolas a ouvert un atelier à Bruxelles et à Anvers. Le cousin Marc Tensen l'a rejoint en tant qu'étudiant et a ouvert un modeste magasin à Klapdorp en 1962. Il est donc le premier gérant. Dans ce quartier, il y avait beaucoup de dockers et de marins qui venaient faire des achats dans le centre ville lorsqu'ils étaient à terre. Ils achetaient souvent un bijou ou une montre qu'ils ramenaient chez eux en guise de souvenir. «Marc Tensen, aujourd'hui âgé de 83 ans, est toujours présent dans la boutique. Avec son épouse Brigitte Van Beveren, ils s'investissent à fond dans la boutique. Ils ont toutefois passé le flambeau à trois de leurs cinq enfants qui dirigent aujourd'hui l'entreprise: Alain, Philip et Nadia. «Ils attachent tous une grande importance au caractère familial. Entre-temps, la quatrième génération fait ses premiers pas dans l'entreprise. L'adn de l'entreprise se manifeste dans deux domaines. Sur le plan personnel, ils s'efforcent d'établir une solide coopération mutuelle. En outre, ils sont très accessibles aux clients. Cela abaisse le seuil, les clients se sentent les bienvenus ici».

LE CHAPEAU MELON COMME SYMBOLE

Des trois directeurs commerciaux actuels, Philip Tensen est celui qui a le plus l'esprit numérique. Il a lancé tensen.be, une plateforme en ligne. «En 2007, il a réalisé une première version de la plateforme en ligne. Celle-ci a été adaptée depuis, et il est désormais possible d'utiliser des filtres pour trouver plus rapidement un produit particulier», explique Charlotte De Groof. L'aspect et la convivialité jouent un rôle important. TenSen Jewellers opte pour une présentation neutre. «L'entreprise a développé sa propre identité. Nos marques ont une forte image de marque et nous voulons l'exprimer de la meilleure façon possible. Nous sommes reconnaissables au chapeau melon, une ode à René Magritte. Nous sommes très fiers d'être une entreprise belge». Pendant la pandémie de covid, les ventes en ligne ont connu un grand succès. Elle a attiré de nombreux nouveaux clients de toute la Belgique et des Pays-Bas. Ils ne pouvaient pas simplement entrer dans l'entreprise. «À l'époque, nous comptions beaucoup sur les ventes en ligne pour présenter de nouveaux produits aux clients. Lorsque les clients décidaient de faire un achat, nous veillions à ce qu'ils soient traités rapidement. Après tout, un bon service est essentiel.



LA CONFIANCE EST IMPORTANTE

Charlotte De Groof souligne qu'il existe toujours un certain seuil pour les ventes en ligne. Cela s'explique par le fait que les prix sont plus élevés. «Dans ce cas, l'approche personnelle est très importante, mais cela n'a pas été le cas. Pour les montres de milieu de gamme, tout s'est déroulé sans problème. Pour les achats plus coûteux, nous avons d'abord contacté le client pour tout vérifier. Nous avons estimé qu'il était important de recontacter le client après une vente en ligne. Nous lui demandons notamment s'il était toujours satisfait de son achat et si nous pouvions faire quelque chose d'autre pour l'aider. Ce geste a été très apprécié, car de nombreux clients n'avaient jamais été vus en personne. Cela a permis de créer un lien de confiance. Un bon exemple est celui d'un client en ligne qui en est à son quatrième achat».

Certaines marques haut de gamme, comme Rolex, ne souhaitent pas vendre en ligne, notamment parce que la demande est supérieure à l'offre. Rolex et d'autres marques haut de gamme insistent sur le contact personnel lors de l'achat de leurs montres de luxe. Il s'agit aussi d'une expérience et d'un suivi de A à Z.

DES MONTRES QUI ONT UNE HISTOIRE

La demande de montres porte à la fois sur l'esthétique et la qualité. «Nous travaillons avec les marques suisses les plus prestigieuses. Avec elles, les matériaux, la qualité et l'histoire sont essentiels. Certaines marques existent depuis des centaines d'années et ont construit une histoire que les clients apprécient. Rolex est depuis longtemps un leader du marché en termes d'innovations et de choix de matériaux. De plus, elle est à l'avant-garde des tendances. Lorsqu'elle lance un nouveau modèle, la demande est immédiatement très forte. Ce sont des montres qui se transmettent de génération en génération. Pour la plupart des montres à mouvement mécanique, nous recommandons un contrôle tous les six ou sept ans. Avec Rolex, il est possible de le faire tous les huit ans, car les mécanismes internes sont très avancés.

Omega a également une histoire riche et a accumulé beaucoup de savoir-faire. La première montre sur la lune était une Omega Speedmaster, qui suscite encore beaucoup de fascination. Neil Armstrong a été le premier homme à poser le pied sur la lune. Aujourd'hui encore, l'Omega Speedmaster Moonwatch fait partie de l'équipement de la Station spatiale internationale de la NASA. La montre est toujours fabriquée et appréciée. «Une autre grande marque est Patek Philippe. Les achats sont effectués principalement pour transmettre la montre aux générations futures. La production est assez limitée, car l'entreprise veut être sûre à 100 % que tout est parfait. Breitling est également une marque de montres suisses de grande valeur. TenSen Juweliers est la seule entreprise en Belgique à disposer d'une boutique distincte entièrement consacrée à Breitling.

«Nous distribuons la marque depuis plus de 30 ans, ce qui a créé un lien de confiance», explique-t-il.

Les collectionneurs trouvent également leur chemin vers TenSen Juweliers. C'est un phénomène bien connu: ceux qui ont acheté une montre de qualité et en sont très satisfaits passent rapidement à un deuxième achat. Cela est dû en partie à l'artisanat spécialisé et à l'esthétique. Un mécanisme intérieur est parfois perfectionné pendant des années, ce qui en fait une pièce unique.

LARGE GAMME DE BIJOUX

TenSen Juweliers met l'accent sur les montres, mais les clients peuvent également y trouver des bijoux exclusifs. «Nous offrons une gamme très large avec une touche contemporaine. Il y a les classiques bagues de fiançailles et solitaires qui sont aussi souvent offerts en cadeau. Les créateurs belges aiment travailler avec des pierres de couleur, parfois avec une coupe spéciale. D'autres marques sont plus avant-gardistes et spéciales. Lors de l'élaboration de l'assortiment, TenSen Jewellers tient compte de ce qui est disponible en Belgique; l'achat local est un facteur important. Lorsque les clients souhaitent concrétiser une idée particulière, ils collaborent avec Bloch & Co. Ces créateurs de bijoux basés à Anvers peuvent réaliser toutes les combinaisons possibles.

DIAMANT NATUREL

Les bijoux ont une valeur émotionnelle. Ils sont souvent achetés à l'occasion d'un événement particulier. La valeur d'un bijou dépend de plusieurs facteurs. Il y a des facteurs tels que la couleur, le carat, la qualité, la pureté et la taille. «Nous travaillons exclusivement avec des diamants naturels, ce qui contribue à déterminer le prix. Au cours des cinq à dix dernières années, le monde entier s'est intéressé aux diamants de laboratoire. Il s'agit d'une production en laboratoire pour maintenir le prix à un niveau bas mais aussi pour éviter l'épuisement des réserves. Nous vendons nos bijoux avec un certificat que nous obtenons des autorités de contrôle».

UN ATELIER AVEC BEAUCOUP D'EXPERTISE

TenSen Juweliers dispose de son propre atelier d'horlogers. Trois d'entre eux sont certifiés Rolex, ce qui signifie qu'ils sont les seuls à pouvoir travailler sur des montres Rolex. Leur savoir-faire leur permet naturellement de travailler sur d'autres marques. Deux autres horlogers sont chargés des tâches quotidiennes, comme le changement des piles ou le suivi des pièces de rechange. «L'atelier a été rénové et équipé de manière moderne. Outre Rolex, il est également reconnu par Cartier, Breitling, TAG Heuer et autres comme 'Official Service Centre'. Ces marques invitent les horlogers à les familiariser avec les derniers développements technologiques.



INFOS

TenSen Jewellers a un magasin à Huidevettersstraat 46 et Schuttershofstraat 2 à Anvers. Breitling Boutique Antwerp à Leopoldstraat 2 à Anvers.

www.tensen.be

LE PLUS BEAU SITE DE LA CÔTE BELGE

📍 La Panne



Toujours des vues infinies
sur la mer devant vous



Ici, la mer est vraiment votre jardin



Un sens d'unité avec la mer et les dunes



Luxe et bien-être



Les derniers biens disponibles



Visitez notre appartement-témoin



Finitions à personnaliser



vendu à
95%

Prix à partir de 750 000 €* (hors taxes)

*OFFRE : 2e garage gratuit à l'achat d'un appartement avec garage



Zilt Residences
Nieuwpoortlaan 151 - 161
8660 De Panne
info@zilt.be | www.zilt.be

Information et vente

Zeelaan 202, 8660 De Panne - T. 058 42 12 39
Dynastielaan 2, 8660 De Panne - T. 058 41 35 61
info@agencemulier.be | www.agencemulier.be





TAKE JOY IN THE SUBLIME

WWW.LEBEAU-COURALLY.COM



LEBEAU-COURALLY

Beosound Theatre

A SOUNDBAR WITH VISION



BANG & OLUFSEN

BANG & OLUFSEN

Beosound Theatre

A SOUNDBAR WITH VISION

Bang & Olufsen Audiomix
Liersesteenweg 321
3130 Begijnendijk

tomgoris@audiomix.be
016/56.10.62

Bang & Olufsen Liège
Bd de la Sauvenière 176
4000 Liège

info@advisionliege.be
04/262.73.46

Bang & Olufsen Mechelen
Ijzerenleen 4
2800 Mechelen

info@sfeer-audio.be
015/97.01.67

Bang & Olufsen Opwijk
Steenweg op Dendermonde 44
1745 Opwijk

info@beeldenklankopwijk.be
052/35.26.15

Bang & Olufsen Rosseel Kortrijk
Grote Markt 36
8500 Kortrijk

kortrijk@electrorosseel.be
050/20.95.65

Bang & Olufsen Rosseel Loppem
Torhoutsesteenweg 39
8210 Loppem

william@electrorosseel.be
050/20.95.65

Bang & Olufsen Rosseel Oostende
Karel Janssenslaan 37
8400 Oostende

oostende@electrorosseel.be
050/20.95.65

Bang & Olufsen Spelier
Leuvensesteenweg 579
3070 Kortenberg

birgit.spelier@spelier.be
02/756.58.60

Bang & Olufsen Teleprince Brussel
Avenue du Prince de Ligne 24
1180 Uccle

info@teleprince.be
02/374.98.49

BANG & OLUFSEN

LEXUS

FUTUR CLASSIQUE: LEXUS LS 1990-1994

EN UN AN, LEXUS EST DEVENUE LA MARQUE DE LUXE IMPORTÉE LA PLUS VENDUE AUX ÉTATS-UNIS

LE LANCEMENT DE LA LEXUS LS 400 EN 1990 A COÏNCIDÉ AVEC LE PREMIER DES DEUX GRANDS CHANGEMENTS QUI ALLAIENT S'OPÉRER SUR LE MARCHÉ AUTOMOBILE AMÉRICAIN DANS LES ANNÉES 1990. LE PREMIER ÉTAIT LA TENTATIVE DU JAPON DE CONQUÉRIR LE MARCHÉ DU LUXE. LE SECOND BOULEVERSEMENT A ÉTÉ L'ARRIVÉE DU SUV SUR LE MARCHÉ DE MASSE.

SOURCE: WWW.AUTOBLOG.COM





Mais avant que le SUV ne vienne bouleverser le territoire conquis depuis des décennies par la vénérable berline, les Asiatiques avaient une ou deux - ou trois - choses à dire à son sujet: Acura, Infiniti et surtout Lexus.

POURQUOI LA LEXUS LS 400 EST-ELLE UN FUTUR CLASSIQUE?

En 2023, Lexus et le SUV sont tous deux bien établis. Mais revenons un peu en arrière: il y a plus de 30 ans, la LS 400 a été accueillie avec enthousiasme par les consommateurs, alors que les journalistes automobiles étaient un peu plus réservés dans leurs éloges. La plupart des critiques n'étaient guère impressionnés par le design plutôt générique, mais tous citaient le prix de base initial d'environ 35 000 dollars, considéré comme avantageux et inférieur à celui de la concurrence de plusieurs milliers de dollars.

EN L'ESPACE D'UN AN, LEXUS A DÉPASSÉ MERCEDES-BENZ ET BMW ET EST DEVENUE LA MARQUE DE LUXE IMPORTÉE LA PLUS VENDUE AUX ÉTATS-UNIS.

Lexus a surpris l'industrie automobile américaine, mais cela ne devait pas être surprenant. Peu de temps avant l'arrivée de la LS 400, Sony dominait le secteur de l'électronique grand public; pensez au disque compact, au Betamax, au Walkman et au magnétoscope. Vous vous souvenez du laserdisc? Il a donné le ton au DVD. Panasonic s'était emparé d'une partie du marché de la télévision. Pioneer et Mitsubishi voulaient aussi y participer. La société «Japan Inc.» fonctionnait comme une horloge.

Ces conquêtes donnèrent une idée à Eiji Toyoda, membre de la famille fondatrice de Toyota Motor. Il baptise son concept de berline «Project F1» (F comme flagship). Sa motivation: Battre les Allemands. Battre les Américains. Battre tout le monde. La concrétisation de son idée sera la Lexus.

Toyota a investi un milliard de dollars dans le projet F1. Il y aurait un V8 de 4,0 litres. Elle fonctionnerait au moins aussi silencieusement qu'une Mercedes. Elle coûterait 40.000 dollars. (Indignation immédiate de l'acheteur américain: «40.000 dollars pour une voiture japonaise?») En attendant, l'Acura NSX, une voiture biplace entièrement en aluminium, se profilait à l'horizon. À 65 000 dollars, c'était la voiture japonaise la plus chère jusqu'alors. La NSX était une pièce d'ingénierie étonnante: suspension en aluminium, système de freinage antiblocage à quatre canaux, moteur V6 central de 270 ch avec calage variable des soupapes, comme dans VTEC.

Et puis il y a eu Nissan. Infiniti a fait son entrée sur le marché en 1989 avec deux voitures: la M30, un coupé daté, et la Q45 de première génération. Certains critiques comparaient l'intérieur à des tapis japonais, et ce qui n'a pas effacé cette image, c'est une campagne publicitaire avec des rochers et des fleurs, mais pas de voiture. Comme l'a fait remarquer un humoriste, les ventes d'Infiniti ont peu progressé, mais les rochers et les arbres se sont bien vendus.

La LS 400, porte-étendard de la marque, s'est imposée principalement grâce à trois facteurs: la qualité, les performances et l'expérience du concessionnaire. Mais ce n'est pas tout.



QUEL EST LE PARADON IDÉAL D'UNE LEXUS LS 400?

Bien que les quotients technologiques des voitures haut de gamme d'aujourd'hui soient supérieurs à ce que proposait la Lexus de 33 ans, la LS 400 était l'une des premières berlines de luxe à être équipée d'un volant automatique inclinable et coulissant, d'un airbag et de ceintures de sécurité à réglage électrique. L'intérieur à cinq places présentait une sellerie en noyer californien et en cuir, des sièges réglables électriquement et des commandes au toucher doux. Un tableau de bord électrique éclairé avait un effet visuel holographique, avec des indicateurs lumineux projetés sur le tableau de bord.

Tout cela faisait très Star Trek et très japonais. La LS 400 présentait en outre quelque 300 innovations technologiques pour un fonctionnement souple et silencieux, notamment des intérieurs qui absorbent les chocs et des supports en caoutchouc qui amortissent les vibrations.





**Spécialiste
de l'univers FERMOB**



Showrooms avec effet **WAUW**

- Venez découvrir la totalité de l'assortiment Fermob dans nos grands showrooms avec 250m² d'espaces Fermob.
- Ou commandez maintenant en profitant de nos promotions dans notre boutique en ligne. Stock très important.

EGO Paris - EMU - Fast - Fermob - Fontana Forni - Glatz - Heatsail - Houe - Kristalia
Royal Botania - Sifas - Umbrosa - etc

Pour nos heures d'ouvertures: voir www.vandella.be

Fermob 

ADVERTORIAL

DETREMMERIE: LES SYSTÈMES MODULAIRES ONT LE VENT EN POUPE

“BEAUCOUP DE COULEURS DANS LA SALLE DE BAINS

DETREMMERIE EST UNE RÉFÉRENCE EN MATIÈRE DE MOBILIER DE SALLE DE BAINS. GRÂCE À SON CHOIX DE DESIGNS ET DE MATÉRIAUX CONTEMPORAINS, VOUS COMPOSEZ VOTRE PROPRE SALLE DE BAINS. CEUX QUI PRÉFÈRENT UN INTÉRIEUR CLASSIQUE TROUVERONT ÉGALEMENT UN LARGE ÉVENTAIL.

TEXTE: HILDE PAUWELS - PHOTOS: DETREMMERIE





Si vous rêvez d'une belle salle de bains, bienvenue chez Detremmerie Bathroom Furniture. Cette entreprise, forte d'une longue expérience, est à la pointe de la technologie pour réaliser des salles de bains uniques et contemporaines. Tout, de la conception à la production, est 100 % belge. L'entreprise a été créée en 1939 par Gérard Detremmerie. Au départ, il s'agissait d'une entreprise de menuiserie. Les trois fils de Gérard ont pris la relève. René a pris les rênes et a développé le segment des cuisines et des salles de bains, mais depuis 1976, l'accent est mis sur les salles de bains. Detremmerie est devenu le leader du marché professionnel du Benelux.

SALLE D'EXPOSITION

Une visite de la salle d'exposition à Waregem est une véritable source d'inspiration. Le savoir-faire artisanal, le goût du beau design et des matériaux de qualité vont de pair. La technologie joue également un rôle de plus en plus important. Ceo Koen Ducatteeuw: «Nous observons trois tendances remarquables: beaucoup de couleurs, l'ovale/le rond et le bois en relief. Les lavabos, les meubles et les baignoires sont très colorés. Cela va du sable au rose, à l'orange et au vert les plus fous. C'est pourquoi notre collection No Limit a été complétée par plusieurs baignoires et toilettes en couleur. De cette manière, vous pouvez donner à votre salle de bains une touche chaleureuse avec beaucoup

de style. Des couleurs plus audacieuses peuvent avoir un effet merveilleux dans votre salle de bains. Pour la rendre intemporelle, il faut veiller à une bonne combinaison. De nombreux matériaux sont actuellement combinés, comme le bois, le béton et le marbre, pour créer un look unique. Il en va de même pour les couleurs.

UNE TOUCHE DE DOUCEUR

De plus en plus de formes rondes et ovales font leur apparition dans la salle de bains. C'est logique, car cette touche féminine plus douce s'intègre parfaitement dans la salle de bains. Vous trouverez des lavabos aux courbes douces, des meubles aux façades et côtés arrondis. Votre salle de bains s'harmonise ainsi mieux avec les formes actuelles qui se manifestent également dans la cuisine et l'habitat: les canapés deviennent ovales, les bâtiments sont également de plus en plus arrondis. «Nous disposons du savoir-faire nécessaire pour plier, presser et traiter nous-mêmes nos façades et nos côtés de corps de meuble. Laissons la tendance ovale et ronde se poursuivre: nous y sommes prêts», déclare Koen Ducatteeuw.

Et puis il y a la troisième tendance: le bois en relief. L'effet est visible. «Les fines lamelles massives fraisées verticalement sur les portes apportent une touche botanique et chaleureuse à la salle de bains. Pour cela, nous travaillons avec trois couleurs: Naturel, Chêne Rouge et Chêne Foncé, ce



qui permet d'apporter une touche agréable à n'importe quelle salle de bains. Le tout est monté sur une carcasse en placage. Les matériaux chauds comme le bois s'intègrent parfaitement dans la salle de bains s'ils sont traités correctement. Notre bois est fini avec un vernis bateau, ce qui nécessite peu ou pas d'entretien. Si vous n'utilisez pas de vernis bateau, votre meuble risque de gonfler dans un environnement humide».



NOUVELLES COLLECTIONS

Detremmerie élargit constamment la collection No Limit pour rester à la pointe du progrès. «Actuellement, notre collection No Limit Wood a été considérablement élargie. En outre, notre collection de lavabos en pierre naturelle s'enrichit de nouveaux lavabos et de huit nouvelles couleurs. À l'automne, nous lancerons également une gamme ovale/ronde, qui complétera agréablement les collections No Limit Round et Private. La collection Private et No Limit Wood seront présentées à Architect@Work Courtrai, Paris et Amsterdam».

ATOUS

Detremmerie possède de solides atouts. L'entreprise est la seule à surprendre constamment le marché avec des nouveautés. «Nous essayons d'être à l'avant-garde des tendances et de les lancer. Tout est toujours fait pour compléter notre collection No Limit. Certains clients choisissent explicitement cette tendance, mais il existe également une large gamme pour les clients qui préfèrent quelque chose de plus classique. Nous sommes également uniques en ce sens que tout cela est combiné à des années d'expérience, à une clientèle régulière et à un nouveau configurateur pratique qui vous permet de jouer avec ce qui est possible: www.bathroomconfigurator.be»





PLUS DE TRAVAIL À DOMICILE

Koen Ducatteeuw, directeur général, explique que le client final fait de plus en plus ses devoirs et sait parfaitement où il veut aller. Les clients font de plus en plus de recherches en ligne, s'inspirent de Pinterest et d'autres médias sociaux, entre autres. «Leurs exigences sont également de plus en plus élevées, ce qui rend le travail avec nos systèmes modulaires très agréable. Nous proposons quelque chose pour tout le monde. Chaque client souhaite ajouter sa propre touche, ce qui permet de créer une salle de bains unique à chaque fois.» Les options modulaires sont donc un succès. Chaque client peut aménager sa salle de bains selon ses goûts, tout en respectant son budget. «On nous dit souvent que notre look est plus cher que nous. C'est toujours agréable! Une approche entièrement structurée est également possible, mais surtout pour les projets ou les vendeurs novices dans les salles d'exposition. Des ensembles plus simples sont utiles dans ce cas.

QUALITÉ ET LUXE

En ces temps incertains, les clients qui choisissent d'investir dans une salle de bains optent sans aucun doute pour la qualité et le luxe. De nombreux clients reportent leurs travaux de rénovation jusqu'à ce qu'ils reprennent confiance dans l'économie ou que les prix se stabilisent. La plupart des gens ont conservé leur salaire et peuvent investir. Mais ils ne le font que lorsqu'ils sont prêts. «Après la crise de covid, nous constatons également que les modifications apportées aux salles de bains sont devenues plus luxueuses. Cela s'explique également par l'apparition de matériaux plus luxueux, tels que le marbre et le béton, la gamme WOOD avec des lattes en bois massif, des meubles arrondis entièrement peints à la laque. Nous nous rendons compte plus que jamais qu'il faut pouvoir s'appuyer sur cela. Et nous en avons fait l'expérience lors de covid».

INFOS:

www.detremmerie.be



WELLENS MEN

Lichtaartseweg 2
2200 Herentals
014 21 14 41
www.wellensmen.be

STORMS FASHION

Robert Orlentpromenade 23
8620 NIEUWPOORT
058 23 57 39
www.storms.be

VOSEN FASHION KURINGEN

Kuringersteenweg 343
3511 KURINGEN
011 26 21 61
www.vossen.be



|| Zilton

VOSSEN FASHION TONGEREN

T-Forum, Luikersteenweg 151
Bus 16 - 3700 TONGEREN
012 39 15 00
www.vossen.be

AREZZO

Rammelstraat 22-24
9340 LEDE
053 80 07 96
www.arezzo.be

ADVERTORIAL

VANTYGHEM PROPOSE: ARTWORK!

DEPUIS 30 ANS, PETER ET MICHÈLE VANTYGHEM-LAMBRECHT EXPLOITENT FASHIONABLE FLOORING, L'ENTREPRISE DE REVÊTEMENTS DE SOL EXCLUSIFS D'ICHTEGEM QUI A DEPUIS PLUS QUE MÉRITÉ SES LETTRES DE NOBLESSE, AVEC SES PROPRES IMPORTATIONS DE TAPIS EXCLUSIFS NOUÉS À LA MAIN, PRINCIPALEMENT EN PROVENANCE DE L'INDE, DE L'IRAN ET DU PAKISTAN. EN 2020, LA SOCIÉTÉ A AJOUTÉ SA PROPRE COLLECTION: CREATIVE DESIGNS BY MICHÈLE. ET TRÈS BIENTÔT, UNE AUTRE NOUVEAUTÉ SERA INTRODUITE, CAR CHEZ VANTYGHEM FASHIONABLE FLOORING, ON AIME ÊTRE INNOVANT. RÉCEMMENT, LA SALLE D'EXPOSITION A ÉGALEMENT ÉTÉ RÉAMÉNAGÉE, OÙ ILS PRÉSENTERONT BIENTÔT FIÈREMENT LEUR TOUTE NOUVELLE LIGNE ARTWORK. NOUS LAISSONS LA PAROLE À MICHÈLE:

TEXTE: ELLA SCHEERS - PHOTOS: VANTYGHEM





IMPORTATION PROPRE

Après notre période de démarrage, nous avons décidé de prendre une direction plus exclusive. Nous sommes allés dans l'Est pour organiser notre propre importation de tapis noués à la main et produits localement. Nous voulions créer une collection avec des pièces uniques. Nous ne sélectionnons pas seulement en fonction du design, mais nous estimons également qu'il est très important de vérifier la qualité sur place. Dès le début, nous nous sommes efforcés de respecter des normes de qualité élevées et nous nous y sommes tenus jusqu'à aujourd'hui. Vantygheem est synonyme d'une gamme unique de nouages sur mesure et de conseils avisés.

Au cours de notre entretien, il est clair que Michèle déborde d'idées et qu'elle parle de son métier avec passion.

UNE COLLECTION PERSONNELLE

Une collection personnelle ne pouvait donc pas manquer de voir le jour. Dans un monde de plus en plus numérique et impersonnel, nous souhaitons apporter une touche particulière et une interprétation personnelle à nos créations exclusives. Grâce à nos relations de longue date avec des fabricants locaux en Inde et au fait que nous développons et sélectionnons personnellement chaque œuvre d'art sur place, nous faisons de chaque tapis un chef-d'œuvre à chaque fois. Grâce à des combinaisons de couleurs frappantes et à des motifs traditionnels, nous transformons un tapis en une histoire. Aujourd'hui, nous poursuivons sur cette lancée en lançant notre dernier produit: ArtWork.





ARTWORK

De la fin février au 23 mars, des travaux d'embellissement ont eu lieu dans notre magasin. Cela signifie que nos bureaux ont été redécorés et que notre magasin a été magnifiquement rénové. Notre salle d'exposition est un espace d'expérience où nos clients peuvent admirer nos tapis. En plus d'une gamme exclusive, Vantigham dispose d'une grande expérience, ce qui nous permet de donner les conseils appropriés. Dans notre salle d'exposition, nos clients peuvent comparer, discuter et choisir le tapis qui convient à leur intérieur. Tout vient d'être joliment rafraîchi. C'est donc pour nous l'occasion idéale de présenter notre nouvelle ligne.

«VANTIGHAM ARTWORK RENCONTRE DENIS DE GLOIRE»

Le célèbre peintre Denis De Gloire continue l'Action Painting de Jackson Pollock. L'artiste de Waregem, amoureux des couleurs, a exposé à Paris, Moscou, Amsterdam et à partir du 24 mars 2023 ... dans notre salle d'exposition rénovée à Ichtegem, entre autres.

Nous recherchons la vie réelle, imprégnée de joie de vivre, d'énergie et de joie, de vitalisme et de libération et ... traduisons cela en art du tapis - ArtWork.

Denis De Gloire est le premier d'une série d'artistes avec lesquels nous allons collaborer.

D'où vient cette idée? Certains managers possédant de beaux bureaux modernes, souvent décorés d'œuvres d'art et de design, nous ont fait remarquer que ces espaces étaient souvent désagréables sur le plan acoustique, mais qu'ils ne voulaient pas installer des panneaux acoustiques de mauvais goût. Nous nous sommes alors dit: «En fait, nous devrions pouvoir accrocher des œuvres d'art dans des tapis». Les textiles sont chauds, absorbent les sons et réduisent les bruits. De plus, nous pouvons réaliser des ArtWork dans toutes les tailles et toutes les couleurs, selon les souhaits du client. Une tapisserie inspirée d'une peinture, c'est 2 en 1. En outre, nous livrons, non seulement pour les bureaux, mais aussi sur mesure. Un tel objet d'art trouve également sa place par exemple dans le hall d'entrée d'une maison de maître ou ailleurs.

«Nous y travaillons depuis un certain temps et j'ai hâte de pouvoir le présenter à tout le monde. En Inde, nous avons 30 machines à tisser et nous disposons d'une palette de 6 454 couleurs.

En octobre, j'étais sur place pour découvrir le premier tapis ArtWork. Je l'ai fait tailler en relief, ce qui donne une impression de hauteur et de profondeur, et le rend encore plus chic et superbement fini. Il est arrivé chez nous en Belgique en décembre de l'année dernière. Pendant tout ce temps, je n'ai pas pu en dire grand-chose, «top secret», jusqu'à aujourd'hui - enfin...», déclare Michèle avec enthousiasme.

Venez jeter un coup d'œil, car Vantigham Fashionable Flooring déborde de couleurs et est actuellement insaisissable, peu orthodoxe et explosif avec l'art de Denis De Gloire! A découvrir et à vivre chez VANTIGHAM FASHIONABLE FLOORING.

INFOS

www.vantigham.com

www.creativedesignsbymichele.com

interfone[®]

Telecoms Solutions for your Business

02 880 16 66
www.interfone.be

OP ZOEK NAAR EEN EIGEN, EXCLUSIEF VAKANTIEHUIS?



IN OOSTENRIJK

LUXE Chalets & Appartementen

INTERESSANTE Investeringsobjecten



IN KROATIË/ISTRIË

LUXE vrijstaande vakantievilla's

INVESTEER in toeristische groeiregio

Alpendreams
SINCE 2006

VILLA KROATIË
BY ALPENDREAMS



WAT DOEN WIJ VOOR U...

Het voor onze klanten selecteren van de mooiste plekjes is waar we in gespecialiseerd zijn. Wij gaan voor locaties waar we zelf in geloven. Wij begeleiden bij uw aankoop in **Oostenrijk & Kroatië** van het allereerste contact tot en met de oplevering / overdracht. Wij zijn **Mondi Approved**: een grote extra zekerheid voor u!



CONTACT
info@alpendreams.eu

ADVERTORIAL

AHOOGA LANCE UN PROGRAMME "FLOTTE DE VÉLOS" POUR LES PETITES ET GRANDES ENTREPRISES

AHOOGA LANCE UN PROGRAMME COMPLET D'ACHAT DE FLOTTE DE VÉLOS POUR LES ENTREPRISES BELGES, FOURNISSANT DES VÉLOS PERSONNALISÉS ET DES SERVICES D'ENTRETIEN POUR PROMOUVOIR LA DURABILITÉ ET LE BIEN-ÊTRE DES EMPLOYÉS ET LES AVANTAGES FINANCIERS POUR LES ENTREPRISES.

TEXTE & PHOTOS: AHOOGA





Ahooga, l'une des principales marques belges de vélos électriques pliables, a récemment lancé son nouveau programme d'achat de flotte de vélos pour les petites et grandes entreprises. Ce programme vise à fournir aux entreprises une solution complète de gestion des vélos.

Le programme "flotte de vélos" permet aux entreprises d'acheter des vélos parmi la vaste gamme de modèles d'Ahooga à des prix spéciaux, à partir d'un minimum de 2 vélos. L'entreprise dispose d'un vaste portefeuille de vélos, y compris des vélos électriques, des vélos-cargos, des vélos pliants et des vélos électriques pliants. Ces vélos peuvent être consultés sur le site web d'Ahooga à l'adresse www.ahooga.bike.

L'une des caractéristiques uniques du programme est la possibilité d'avoir des logos personnalisés sur les vélos afin de les rendre facilement identifiables et de promouvoir votre marque ou aussi de personnaliser chaque vélo avec différents accessoires. Le programme comprend également la livraison des vélos.

Mais l'avantage le plus important du programme est le service de maintenance fourni par Ahooga. L'entreprise offre des services complets d'entretien et de réparation, garantissant que les vélos sont toujours en parfait état. L'équipe de mécaniciens professionnels d'Ahooga peut effectuer tous les travaux d'entretien et de réparation nécessaires sur les vélos, y compris les contrôles de routine, les mises au point et le remplacement des pièces. Pour rendre les choses encore plus pratiques pour les entreprises, Ahooga propose des tarifs d'entretien annuels fixes.



BREITLING



The all star squad

Giannis Antetokounmpo
Chloe Kim
Erling Haaland



| HULPIAU OOSTENDE

Leopold II-laan 21 / 8400 Oostende
059 70 35 59 / www.hulpiau.be

| VANHOUTTEGHEM GHENT

Dampoortstraat 1-3 / 9000 Gent
09 225 50 45 / www.vanhoutteghem.com

| TENSEN JUWELIERS

Huidevettersstraat 46 / 2000 Antwerpen
03 231 98 98 / www.tensen.be





Cela signifie que les entreprises peuvent rester tranquilles, sachant que leurs vélos sont toujours en parfait état, sans se soucier des coûts imprévus. Le programme a été conçu en tenant compte du fait que chaque entreprise en Belgique doit maintenant assurer l'indemnité km de 0,27 euro/km effectué à vélo sur le trajet domicile-travail. En fournissant des vélos de haute qualité et des services d'entretien, Ahooga vise à aider les entreprises à répondre à cette exigence tout en promouvant des options de transport durable.

En conclusion, le programme comprend tout, de l'achat initial à la livraison et à l'entretien, ce qui permet aux entreprises de gérer facilement leur flotte de vélos.

Si vous êtes un particulier et que vous souhaitez que votre employeur vous propose un vélo Ahooga, n'hésitez pas à envoyer les coordonnées de votre responsable à Ahooga. Le programme de flotte de vélos Ahooga est une formidable opportunité pour les entreprises de promouvoir le développement durable, la santé et le bien-être, et Ahooga est là pour vous aider à le mettre en place.

Si votre entreprise travaille déjà avec une société de leasing, n'hésitez pas à contacter Ahooga pour expliquer la situation. Ahooga fait son possible pour trouver une solution pour vous.

CONTACTEZ SES REPRÉSENTANTS COMMERCIAUX:

(ENG/FR) massimiliano@ahooga.bike ou (NL/FR) pieter@ahooga.bike ou vous pouvez directement prendre rendez-vous ici: ReserveaCall@ahooga.bike

ATELIER VIC REMODÈLE LE MONDE DE LA MODE MASCULINE ET DU TAILORING «COMMENT, L'HABIT FAIT L'HOMME?»

VERY INDIVIDUAL CLOTHING. C'EST CE QUE VIC SIGNIFIE. LA FORCE MOTRICE EST TOM VAN POUCKE, TAILLEUR DE QUATRIÈME GÉNÉRATION. IL A PROFITÉ DE LA CRISE DU COVID POUR DONNER UN NOUVEAU SOUFFLE À SON ENTREPRISE BIEN CONNUE DE COURTRAI, QUI PROPOSE DES VÊTEMENTS EXCLUSIFS POUR HOMMES. NON SEULEMENT DES VÊTEMENTS SUR MESURE, MAIS AUSSI DES CONSEILS ET UN SERVICE SUR MESURE. L'APPROCHE PERSONNALISÉE PAR EXCELLENCE.

TEXTE: HILDE PAUWELS - PHOTOS: ATELIER VIC





L'Atelier VIC est la fusion du magasin multimarque Rolls, où l'on pouvait acheter des costumes et des vêtements pour hommes, et de l'Atelier Victor, où l'on confectionnait des vêtements sur mesure. Tous deux sont installés dans une boutique élégante de la Leiestraat à Courtrai. Comme l'ensemble du secteur de la mode, le chef d'entreprise Tom Van Poucke a été confronté aux conséquences de la fermeture pendant la pandémie. Cela l'a amené à réfléchir. Et si le client n'avait plus à choisir entre le sur mesure et une marque? Pourquoi choisir entre atelier et boutique? Et si chaque marque pouvait également être fabriquée sur mesure?

Tom s'est donc mis à la recherche d'une solution durable qui tiendrait encore plus compte des besoins du client. Une boutique séparée pour les multimarques et un atelier séparé pour les costumes sur mesure lui paraissaient dépassés. Il semblait préférable de les intégrer. Après tout, il est tout à fait possible de créer sa propre collection qui est proposée dans la boutique multimarques. Un client aime-t-il un costume de la collection, mais souhaite-t-il qu'il soit parfaitement adapté à sa taille? Préfère-t-il trois poches au lieu de deux, une doublure verte et non bleue? C'est tout à fait possible. De cette manière, les clients n'ont pas à savoir à l'avance ce qu'ils vont choisir. Cela va d'un jeans personnalisé à un costume exclusif sur mesure.

VIC: QUATRE GÉNÉRATIONS

Aussi novateur que soit le concept, Tom Van Poucke hérite le lien avec l'histoire familiale. Après tout, il est la quatrième génération de tailleurs. VIC est l'acronyme de Very Individual Clothing, mais le nom fait également référence à son père et à son arrière-arrière-grand-père, qui s'appelaient respectivement Vic et Victor. L'entreprise a vu le jour à Knesselare, où des uniformes étaient confectionnés pour la police, les pompiers et la protection civile dans l'atelier de prêt-à-porter de l'époque. Mais elle accueillait aussi des futurs mariés et des fêtards. Les fils Omer et Hilaire succèdent à leur père.

De Gebroeders Van Poucke Kleermakers» était une maison de confiance où les frères travaillaient avec des tailleurs, des piqueurs et des couturières qualifiés. Avec Victor Van Poucke, la génération suivante est entrée dans l'entreprise. En 1996, il s'installe avec sa famille à Courtrai et développe l'atelier de couture.

Sa femme a créé le magasin de vêtements Rolls.





NON PRÉVU DANS LES TRACES DE...

«Je n'avais pas du tout l'intention de suivre les traces de mon père et des générations qui l'ont précédé. Je venais de terminer mes études à Gand et j'étais en train d'étudier le droit lorsque ma mère est décédée d'un cancer. Peu de temps après, mon père décédait à son tour de la même maladie. Mes rêves d'avenir ont soudain changé du tout au tout. En tant qu'aîné des fils, je pensais qu'il était de mon devoir de poursuivre la tradition. Évidemment, ce n'était pas le cas, car au moment du décès de ma mère, nous avons également une entreprise de restauration à Knesselare, en plus de l'atelier de prêt-à-porter et de la boutique Rolls. Il y avait donc littéralement beaucoup de travail à faire.

Après avoir cherché un repreneur pour l'atelier de confection et des gérants pour l'activité de restauration, j'ai pu me consacrer à la boutique pour hommes Rolls. Au cours des premières années, j'ai souffert de ne pas avoir pu terminer mes études de droit. J'ai donc commencé un cours de marketing aux cours du soir et un cours de tailleur à la syntra west. Petit à petit, j'ai pris le goût de la chose et j'ai senti poindre mes gènes de tailleur. Au fil des années, un magasin pour femmes Doll's et un magasin pour enfants Pupp's ont été ajoutés. Les trois magasins étaient situés l'un à côté de l'autre et l'on pouvait passer d'un magasin à l'autre à pied. Mais j'ai aussi appris que ma véritable passion et ma satisfaction résidaient dans les vêtements pour hommes. C'est ainsi qu'au cours des dernières années, j'ai commencé à affiner de plus en plus mon activité pour en faire ce qu'elle est devenue aujourd'hui: VIC. VIC n'est pas seulement le nom de mon entreprise et de mes racines, c'est aussi ce que je suis et ce qui me rend heureux: je veux faire briller les gens. Je veux faire briller les gens à travers le choix de leurs vêtements. Je veux permettre à mes clients «d'être et de montrer» qui ils sont vraiment en tant qu'êtres humains. Et je crois sincèrement qu'en faisant cela, je traduis ce que ma famille m'a montré depuis des générations...»

PROPRE PHILOSOPHIE

Tom Van Poucke poursuit ainsi l'approche dynamique de la famille et s'est entre-temps constitué un solide réseau. L'attention très personnalisée qu'il porte à chaque client est unique. «C'est peut-être une bonne chose que j'aie dû renoncer à mes ambitions de devenir avocat, car je suis avant tout quelqu'un qui écoute les gens plutôt que de parler tout seul. L'écoute est une compétence que j'ai cultivée dans ma jeunesse et qui a fait grandir mon empathie. Par conséquent, je peux maintenant me mettre facilement dans la peau du client. Je peux parfois mieux exprimer et visualiser sa demande en matière de style et de choix de vêtements que le client lui-même. C'est un atout unique. Nous écoutons vraiment les besoins du client. Nous le comprenons. Et en lui proposant





exactement les vêtements qui s'adaptent non seulement parfaitement à son corps, mais aussi à sa personnalité, vous mettez en valeur la personne qui porte le costume. Alors non, en ce qui me concerne, l'affirmation «L'hatit fait l'homme» n'est pas tout à fait correcte. Il faut plutôt dire: «L'hatit met l'homme en valeur». Telle est la philosophie de VIC.

Mon arrière-arrière-grand-père Victor était un visionnaire, lui aussi voulait le costume parfait pour ses clients. Nous aimons rendre hommage à son dynamisme et à l'œuvre de sa vie». Car chez VIC, la personnalisation va très loin. Y compris en termes de service. Les clients peuvent également prendre rendez-vous en dehors des heures d'ouverture. Le 'Digital Taster' est également très utile. Il permet d'indiquer ce que l'on recherche et d'en discuter lors d'un appel vidéo. De cette manière, vous ne perdez pas de temps et vous pouvez compter sur un service parfait.

LA FINITION DANS LES MOINDRES DÉTAILS

Atelier VIC travaille avec de grandes marques comme Lardini, Jacob Cohen, Herno, PT01, Stenströms, Eton, Atelier Noterman, Phil Petter et de grands tissus comme Loro Piana, Ariston, Reda, Scabal, Thomas Mason... Les clients sont assurés de trouver des vêtements exclusifs adaptés à leur look. Ils peuvent choisir parmi une collection soigneusement sélectionnée. Ceux qui souhaitent quelque chose de plus personnel peuvent opter pour la confection. Les détails jouent également un rôle important, comme de beaux boutons, des étiquettes personnalisées, des chaussures appropriées ou une belle chemise. Le slogan est donc: «Le sur mesure, les autres le voient, vous le sentez». «J'adore jouer avec les détails. De la doublure aux revers, des poignets à vos initiales: ces détails subtils ajoutent de la couleur, au sens propre comme au sens figuré. C'est également ce qui caractérise l'équipe de VIC. Peter Benoit est le responsable de Vic, la boutique multimarques, et Vincent Vlieghe est le responsable de l'Atelier Vic, le département de confection. Heidi Savat se consacre au suivi des clients B to B et Tamara Viaene soutient notre équipe sur le plan logistique.

UNE OFFRE ÉTENDUE

VIC met également l'accent sur les futurs mariés. Pour une journée aussi unique, il s'agit de tout perfectionner pour que l'image soit parfaite. Les entreprises peuvent également s'adresser à VIC pour l'habillement de leurs employés. Là aussi, l'approche est particulière. Pour Tom Van Poucke, il ne s'agit pas d'«uniformes», car chacun a sa propre personnalité. «Chaque employé est unique, mais nous veillons en même temps à l'uniformité. Les entreprises et les organisations peuvent s'adresser à «Corporate Team Wear», un département de l'Atelier VIC. La gamme est très variée. Il peut s'agir de vêtements pour du personnel d'accueil, mais aussi des vêtements de travail techniques. En effet, l'apparence des employés d'un garage ou d'une entreprise de construction contribue à créer un environnement convivial pour les clients. L'aspect esthétique est important, mais le confort et la durabilité des matériaux sont également déterminants. Ce qui est bien, c'est que les entreprises peuvent organiser dans l'atelier une activité avec des workshops pour leur équipe. Elles peuvent également acheter un bon d'achat pour les employés pour les récompenser.

INFOS

www.ateliervic.be



Uurwerken

Rolex | Omega | Chopard | Breitling
Hermes | Tudor | Tag Heuer
Baume & Mercier | Longines

Juwelen

Chopard | Pasquale Bruni | Messika
Casato | Gucci | Bigli
One More | Anna Maria Cammilli

Nys Jewelers,

Tijdloze traditie sinds 1946

Nys Boutique

Korte Steenstraat 9
8500 Kortrijk

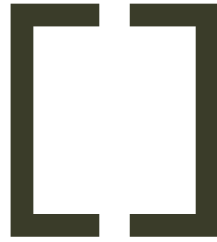
Nys Exclusive

Lange Steenstraat 20
8500 Kortrijk

Past.
Present.
Future.



www.nys.be



CLASSIC DESIGN

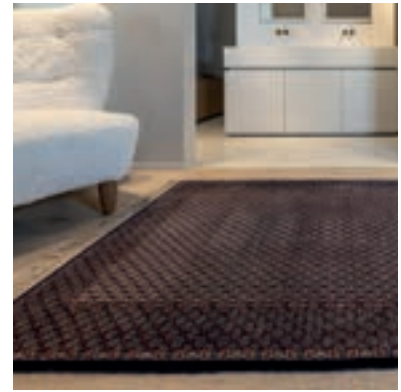
RENTAL

Event furniture for any occasion.

WWW.CLASSICDESIGNRENTAL.BE

INFO@CLASSICDESIGNRENTAL.BE

0032 53 66 48 13



Tapis noués à la main

Vantygheem, Torhoutbaan 1, 8480 Ichtegem
Michèle 0493/704887

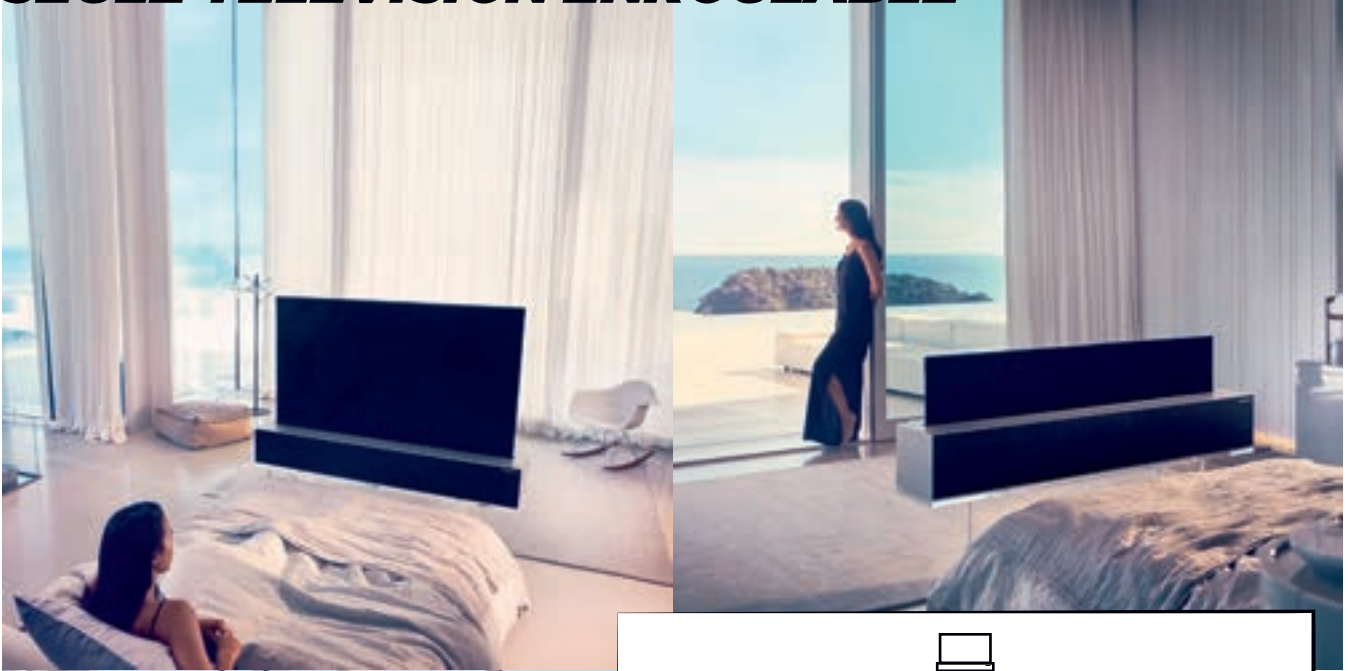




AUDIOMIX

add emotion to your life

LA SEULE TELEVISION ENROULABLE



**FULL
VIEW**

En pleine vue, déroulez complètement l'écran 65 de pouces et profitez de toutes les options high-tech qu'offre cette révolution enroulable. Optez pour une image d'une grande netteté, avec une attention exceptionnelle aux détails, qui vous permettra de franchir une nouvelle étape dans votre expérience visuelle. Le meuble luxueux lui-même est une enceinte Dolby Atmos qui offre une expérience de home cinéma d'un niveau sans précédent.



**LINE
VIEW**

Avez-vous fini de regarder ? Mettez l'Oled R en Line View. Ce mode permet à cette puissante pièce de technologie de disparaître partiellement, complétant ainsi votre intérieur. Ecoutez de la musique tandis que l'écran affiche votre album préféré, la météo, l'heure ou un album photo de vos meilleurs souvenirs.



**ZERO
VIEW**

Pas besoin d'écran ? Pas de problème ! Avec Zero View, le téléviseur s'enroule complètement et disparaît dans l'enceinte luxueuse. La télévision et l'intérieur ne font plus qu'un. Donc plus jamais un écran noir dans votre salon. Découvrez la première et unique télévision enroulable au monde dans notre showroom et sur audiomixonline.be.



AUDIOMIX
Liersesteenweg 321
3130 Begijnendijk

016/56.10.62
www.audiomixonline.be

du mardi au samedi 9h30 - 18u



ADVERTORIAL

RE-VOLT BELIEVERS

RE-THINK THE WAY TO CREATE AND SELL OBJECTS RE-VISIT THEIR EVERLASTING & TIMELESS ESSENCE. RE-VOLT HOMES, HEARTS, LIVES.

RE-VOLT EST UNE NOUVELLE MARQUE BELGE AVEC SA PROPRE PHILOSOPHIE, UNE PASSION POUR LA LUMIÈRE ET UNE APPROCHE CRÉATIVE DISTINCTE AVEC LAQUELLE ELLE AIME SE DÉMARQUER SUR LE MARCHÉ DE L'ÉCLAIRAGE. S'APPUYANT SUR DES ANNÉES D'EXPÉRIENCE, RE-VOLT CONÇOIT ET DÉVELOPPE SES PRODUITS DANS UNE OPTIQUE DE DURABILITÉ ET DE DESIGN. DE BELLES PIÈCES INTÉRIEURES QUI SURVIVENT DE GÉNÉRATION EN GÉNÉRATION. NON SEULEMENT PARCE QU'ILS SONT DE QUALITÉ, MAIS AUSSI PARCE QU'ILS SONT ENVELOPPÉS D'UN DESIGN INTÉMPIREL. «ET PARCE QUE NOUS SOMMES CONVAINCUS QUE C'EST SURTOUT CE QUI NE CHANGE PAS QUI EST FINALEMENT INTÉRESSANT DANS UN MONDE OÙ LE CHANGEMENT DEVIENT DE PLUS EN PLUS RAPIDEMENT UNE CONSTANTE», NOUS DISENT AVEC ENTHOUSIASME BERNARD ET SOFIE DE RE-VOLT. «POUR NOUS, UN BON ÉCLAIRAGE CRÉE L'AMBIANCE. BIEN SÛR, IL Y A UNE DIFFÉRENCE, EN TERMES D'ÉCLAIRAGE, ENTRE L'ÉCLAIRAGE DU LIEU DE TRAVAIL ET CELUI DU SALON, MAIS CELA NE SIGNIFIE PAS POUR AUTANT QU'UNE LAMPE DE BUREAU, PAR EXEMPLE, DOIVE ÊTRE FROIDE OU ENNUYEUSE. NOUS PENSONS QUE LE MARCHÉ DE L'ÉCLAIRAGE ÉTAIT DEVENU ASSEZ MONOTONE À UN MOMENT DONNÉ, TOUS LES MÊMES TUBES BLANCS ET NOIRS, POUR AINSI DIRE. À CET ÉGARD, NOUS VOULIONS NOUS RÉVOLTER UN PEU. NOUS VOULONS RAMENER LA FLAMME DANS L'ÉCLAIRAGE, D'OÙ RE-VOLT».

TEXTE: ELLA SCHEERS - PHOTOS: RE-VOLT



ORIGINES

La genèse de Re-Volt trouve ses racines chez Modular, l'entreprise d'éclairage presque célèbre qui donne le ton et les tendances dans le monde de l'éclairage depuis les années 1980. Bernard Rommens, fils du fondateur de Modular, Paul, et ancien directeur de la création, y était responsable des proverbiaux designs, stands et campagnes «un peu fous». En 1998, son esprit d'entreprise s'est également manifesté là où il ne pouvait pas aller, à savoir en créant Rotor: sa propre agence (après tout, il fallait bien que quelqu'un fasse ces catalogues pour Modular...). Depuis lors, Rotor a conçu des campagnes, des stands, des sites web et des intérieurs pour des clients tels que BMW, Nespresso, Novy, Dierendonck et - bien sûr - Modular.

Mais, tout héritage mis à part, et comme souvent dans le processus de création, les premières pièces de Re-Volt ont été conçues par hasard - et en même temps inévitablement - dans le contexte d'une commande d'intérieur de Rotor. «Il s'est avéré impossible de trouver un produit existant approprié, nous avons donc décidé de le concevoir nous-mêmes. Il était écrit dans les étoiles que, quelque part, nous nous plierions au mariage séduisant de nos passions: le design et l'éclairage», note Bernard.



Le résultat est Re-Volt, un nouveau membre de la famille Rotor, qui s'oppose consciemment à la culture de l'instantané et du jetable qui semble également avoir envahi le monde du design. «C'est pourquoi nous concevons des éclairages qui (sur)vivent, tant en termes de design que de qualité. Toutes les pièces de nos luminaires peuvent être remplacées, ce qui évite qu'ils ne finissent à la poubelle dès la première panne.»

DURABLE

«Après tout, j'aime moi-même quand je peux réutiliser un meuble d'une génération précédente dans mon intérieur», dit Bernard avec une touche de nostalgie dans la voix. «Avant, tout était fabriqué de manière à résister à l'épreuve du temps, de toute façon.» «Et les objets qui acquièrent une belle patine grâce à leur longévité, cela a un charme», ajoute Sofie. «Notre Light Machine, par exemple, peut facilement prendre des coups et une bosse n'enlève rien à sa beauté et à son individualité, bien au contraire.

Nous essayons d'inscrire nos pièces dans l'histoire de nos clients autant que possible: la durabilité réside également dans la conception et la mesure dans laquelle elle est une extension de la vie et de l'histoire de nos clients. C'est pourquoi nous concevons des éclairages qui peuvent être hautement personnalisés par nos clients. Nos clients sont des adeptes de Re-Volt. Nous aimons aussi beaucoup travailler avec la couleur, c'est dans l'ADN de Re-Volt, nous voulons nous démarquer.»

GAMME

La collection OFFICER & la collection LONG ARMED OFFICER

The Officer, le premier produit de Re-Volt, est une armature d'éclairage qui peut être posée ou fixée au mur. The Officer existe en deux longueurs et cinq couleurs différentes, le client ayant la possibilité de choisir une finition intérieure en or ou en blanc, et donc plus ou moins de chaleur lumineuse. La hauteur est réglable mécaniquement. Chaque produit est soigneusement assemblé à la main et numéroté individuellement dans notre atelier en Belgique.

La collection LIGHT MACHINE

Une «petite» pièce de machinerie inspirée par un mélange d'éclairage de plateau de tournage, de jerrycans de l'armée et de détails mécaniques.

La collection MISTER-T

Mr T ramène quelques bonnes vibrations de l'ère analogique en utilisant la célèbre lampe en verre R80. La lampe R80 était couramment utilisée dans de nombreux luminaires à partir des années 1970. Mr. T est disponible en 4 couleurs et bien sûr ... une version chromée.

La collection MARVIN

La dernière lampe de nuit de Re-Volt s'appelle Marvin. Une sorte d'hommage à M. Marvin Gaye qui a écrit «Sexual Healing» alors qu'il vivait à Ostende. Réglez l'interrupteur d'intensité à son maximum et il créera sûrement l'ambiance pour une «guérison sexuelle» si nécessaire.... Disponible en 4 couleurs et avec un chargeur usb intégré. Bientôt, le Marvin sera également disponible sur une base.

La collection RADIEUX

No-nonsense, simple, bien fait et pur en 4 longueurs. Sur le site de Re-Volt, découvrez ces collections d'éclairage et vous verrez certainement la lumière pour faire votre choix.





AWARD

Les prix Henry van de Velde présentent et récompensent les créateurs et les entreprises flamands, des produits, projets, services et systèmes qui utilisent intelligemment le design pour avoir un impact positif sur la société, l'environnement et l'économie. Re-Volt a reçu la médaille d'or de ce prestigieux prix de design, le plus important, en 2020.



PHILOSOPHIE

Les esprits ingénieux de Re-Volt croient que seul ce qui n'est pas réel est finalement jetable, et peut-être qu'il y en a assez de toute façon?

Au contraire, Re-Volt estime que la beauté, en tant qu'expression de la réalité, ne se fatigue jamais et devient plus belle avec le temps. Re-Volt estime que plus on investit dans quelque chose, plus cette chose prend de la valeur. Re-Volt préfère le genre de «slow» qui reste et augmente le temps au «fast» qui s'estompe.

Ce n'est pas seulement dans la conception et la qualité que Re-Volt se distingue du statu quo. Un 'mission statement' presque poétique imprègne l'équipe de Re-Volt, ses pro-

duits, son approche, sa communication et son contact avec la clientèle. Et il est synonyme de style, de profondeur et de l'«aspect fou» caractéristique que nous avons déjà mentionné. «We treasure cycles more than lines. Poetry more than prose. Authenticity more than pose.»

«Nous investissons donc du temps, de la créativité et de la vérité dans les objets que nous créons et nous pensons que cela se voit. Dans le même esprit, nous laissons nos clients investir dans les objets qu'ils achètent, en les personnalisant, en les réparant lorsqu'ils sont cassés au lieu de les jeter, en les transmettant, en les repositionnant et en les revisitant. Nous pensons que trop de changement masque le vide et qu'au final, seul ce qui reste est intéressant.»

INTERNATIONAL

Nous sommes conscients que nous ne fabriquons pas de produits «grand public», d'où notre intérêt pour le grand marché international». Par exemple, nous remarquons que notre Mister-T reçoit de plus en plus d'attention internationale, notamment aux États-Unis, au Brésil, au Japon... Nous participerons également à Maison & Objet à Paris cette année. En février 2023, nous serons au Furniture & Light Fair de Stockholm», concluent Bernard et Sofie.

INFOS

www.re-volt.be

A male golfer is the central figure, wearing a light blue polo shirt, dark navy trousers, and a white baseball cap with a black logo. He is holding a golf club in his right hand and wearing a white glove on his left hand. The background is a lush green golf course with trees and a bright sun in the upper right corner, creating a warm, golden light.

PeakPerformance®

VISIT US IN OUR STORE IN KNOCKE
AND JOIN THE FUN ON
INSTAGRAM @PEAKPERFORMANCE

Bowers & Wilkins

Audiomix

Liersesteenweg 321
3130 Begijnendijk (grens Aarschot)
016 56 10 62
www.audiomix.be

D&M beeld- en klankstudio

Beverestraat 4c
9700 Oudenaarde
055 30 28 05
www.d-en-m.be

Rimbaut Elektro

Aelbrouckstraat 21
9620 Zottegem
09 360 25 58
www.ElektroRimbaut.be

Hifi Corner

Sint-Katelijnevest 53
2000 Antwerpen
03 232 99 50
Paalstraat 128
2900 Schoten
03 658 34 70
Jozef Verbovenlei 54
2100 Deurne
03 322 01 11

Uit liefde voor muziek.

Laat u meeslepen door de luidsprekers uit de 600-Serie Anniversary Edition. Met zowel HiFi- als thuisbioscoopmodellen zit er voor iedere luisteraar wel een geschikte luidspreker tussen.

600 Series
ANNIVERSARY EDITION



INVESTIR DANS LA PEINTURE RAFFINÉE INÉDITE LEADERS MONDIAUX DU SUPER-RÉALISME

SI VOUS ÊTES À LA RECHERCHE D'ART CONTEMPORAIN, LE ART CENTER HORUS VOUS EST VIVEMENT RECOMMANDÉ. ART CENTER HORUS EST L'UNE DES GALERIES À LA CROISSANCE LA PLUS RAPIDE, AVEC DES SUCCURSALES À SINT-MARTENS-LATEM, KNOKKE ET LAREN (NL), PRÈS DE HILVERSUM. VOUS Y TROUVEREZ DE MAGNIFIQUES SCULPTURES POUR L'INTÉRIEUR ET L'EXTÉRIEUR, DES DESSINS, DE L'ART DU VERRE, MAIS AUSSI UNE VASTE COLLECTION DE BIJOUX EN PEINTURE. L'ART DE VALEUR EST DE PLUS EN PLUS CONSIDÉRÉ COMME UN INVESTISSEMENT SOLITAIRE POUR L'AVENIR, CAR LA VALEUR DE CES ŒUVRES D'ART NE FAIT QU'AUGMENTER. L'UNE DES PIÈCES MAÎTRESSES DE LA GALERIE D'ART EST SANS AUCUN DOUTE LA COLLECTION DES IBEX MASTERS. IL S'AGIT D'UN GROUPE SÉLECTIONNÉ DE 24 ARTISTES DE HAUT NIVEAU SPÉCIALISÉS DANS LE SUPER-RÉALISME. LA CLASSE MONDIALE TOUT COURT.

TEXTE: DOMINIEK SAELENS - PHOTOS: ART CENTER HORUS

Caress of Water (Aurelio Rodriguez López | part of the Ibex Masters)





Woman with long red hair (Heinz Rabbow)



Absolution (Christiane Vleugels)

15 ANS D'ART AVEC UNE MISSION

Le Art Center Horus existe depuis 2008 et a vu le jour dans le quartier culturel de Sint-Martens-Latem. Il est devenu l'une des galeries d'art les plus diversifiées de Belgique. Niña Van den Bosch, gérante de l'Art Center Horus: «Sous l'impulsion de mon amie de cœur Linde Ergo, une artiste plasticienne, j'ai créé l'entreprise il y a 15 ans. Depuis, le projet artistique n'a fait que grandir et s'est donné une mission. Le Art Center Horus est plus qu'une galerie d'art. C'est un lieu où l'art est mis en valeur dans des pièces spacieuses et lumineuses, dans une maison témoin décorée avec goût et dans un jardin attrayant avec une pièce d'eau et un patio. L'élément liant est une passion pour la beauté. Il est important pour moi que l'art transmette un message et des valeurs. L'artiste est également toujours au centre de l'attention. Qui est-il? Qu'est-ce que l'artiste transmet? Les personnalités captivantes qui créent avec leur cœur sont essentielles à l'histoire. Au Art Center Horus, vous trouverez un large éventail d'œuvres d'art pour tous les budgets. Nous proposons à la fois de l'art accessible et de l'art d'investissement. Il ne faut pas toujours que ce soit extrêmement cher pour que ce soit beau. L'art, c'est sentir qu'il vous correspond, en harmonie avec les couleurs et les formes. C'est pourquoi notre galerie d'art est si universelle».

IBEX MASTERPIECE COLLECTION

Le concept d'Ibex, fondé par l'artiste allemand Albrecht von Stetten, occupe une place de choix au Art Center Horus. Niña Van den Bosch: «Nous nous sommes associés à Ibex, un groupe d'artistes superréalistes. Les artistes créent une peinture plus grande que la réalité à partir d'une photographie. L'œuvre est tellement raffinée et finie qu'il est impossible de la distinguer de la réalité. Grâce à leur créativité et à leur excellence technique inédite, vous pouvez compter Ibex parmi les artistes de l'investissement de classe mondiale. Ce sont les nouveaux maîtres, à savoir des peintres figuratifs hautement qualifiés qui créent des œuvres d'art à l'huile sur toile si précises et si fines que les gens les comparent souvent à de l'art photoréaliste. À première vue, les tableaux ressemblent à des photographies, mais une fois que vous êtes devant eux, vous ressentez la stratification et l'énergie qu'ils dégagent. Ces œuvres uniques sont créées par les nouveaux maîtres d'aujourd'hui». La création de ces œuvres d'art prend des mois, parfois des années. Les artistes comptent parmi les meilleurs au monde et jouissent d'une totale liberté de création. Au Art Center Horus, vous pouvez admirer plusieurs de ces œuvres de classe mondiale. Vous y trouverez des œuvres de Philipp Weber, Marco Grassi, Christiane Vleugels et Nobuyuki Shimamura, entre autres.



Âme de lumière (Luo Li Rong)



Man with baby (Marianne Turck)



Man with binoculars (Marianne Turck) bois de tricoja

SCULPTURE ET PEINTURE

Au Art Center Horus, vous pouvez découvrir à la fois la sculpture et la peinture. Des œuvres de plusieurs artistes remarquables sont exposées, comme l'artiste plasticienne Marianne Turck. Elle ne se limite pas à un seul médium. Elle conçoit des sculptures, par exemple, mais elle prend aussi des photos, dessine et crée des images visuelles. L'Allemand Heinz Rabbow, quant à lui, est un peintre qui veut inspirer les gens à être plus humains grâce à des visages imaginaires peints. Son œuvre rayonne de toutes les vertus possibles de l'être humain, telles que l'honnêteté, l'innocence, la tendresse et l'émerveillement. Rabbow est également philosophe, éducateur, conférencier et journaliste.



The king (Lars Beusker)



Carbonada (Lars Beusker)

PHOTOGRAPHIE DE LA FAUNE ET DE LA FLORE

La galerie est en pleine effervescence et présente des artistes jeunes et expérimentés. L'un des projets à venir est une exposition du photographe Lars Beusker. Il est le meilleur photographe animalier au monde et a reçu le prix «Nature Photographer of the Year 2022» à New York. Il capture des moments particulièrement uniques de la nature vierge dans de magnifiques photos inédites d'animaux en noir et blanc. Parfois les yeux dans les yeux, si près du but. La proximité des animaux sauvages et des hommes le fascine à chaque fois. Il se rend dans la nature sauvage aussi souvent qu'il le peut. Parmi ses œuvres les plus connues, citons «The King» (lion vu de face), «Carbonado» (panthère noire vue de face), «Ba Jun Tu» (chevaux blancs galopant dans un étang), «Game Of Thrones» (deux rhinocéros aux cornes croisées).



Lars Beusker

Plus d'infos: www.artcenterhorus.com - Mail: info@artcenterhorus.com

SINT-MARTENS-LATEM, LATEMSTRAAT 8
tel +32 9 335 06 33
SINT-MARTENS-LATEM, LATEMSTRAAT 5
tel +32 9 395 08 88

KNOKKE, ZEEDIJK 697 B-C
tel +32 50 61 62 70
LAREN (NEDERLAND), NIEUWEG 6
tel +31 352 00 20 10



Audiomix | Liersesteenweg 321 | 3130 Begijnendijk (grens Aarschot) | 016 56 10 62 | www.audiomix.be
Beeld, Klank & Koffie Verheeken | Sint-Gillisstraat 22 | 9170 De Klinge | 03 770 73 48 | www.verheeken.be
D&M beeld- en klankstudio | Beverestraat 4C | 9700 Oudenaarde | 055 30 28 05 | www.d-en-m.be
di Monaco | Stationsstraat 66 | 9100 Sint-Niklaas | 03 776 24 40 | www.dimonaco.be
Hifi Corner | Jozef Verbovenlei 54 | 2100 Deurne | 03 322 01 11 | www.hificorner.be
Heyman | Krijgsbaan 209 | 9140 Temse | 03 771 11 86 | www.heymanreference.be
Loewe Gallery Opwijk | Steenweg op Dendermonde 44 | 1745 Opwijk | 052 35 62 50 | www.loeweopwijk.be
Rimbaut | Van Aelbrouckstraat 21 | 9620 Zottegem | 09 360 25 58 | www.elektorimbaut.be



The new Loewe iconic

A sculpture for your eyes and ears.



LOEWE.

SERENGETI®

THE MOST ADVANCED EYEWEAR

ANNIK DE MEY

Kioskplaats 81-83

2660 Hoboken

03 830 21 12

www.annikdemey.be

OPTIEK VAN DER LINDEN

Markt 60

9240 Zele

052 44 46 07

www.optiekvanderlinden.be

OPTIEK D. VLEERACKER

Vijfhoek 12

2800 Mechelen

015 41 45 67

www.optiekvleeracker.be

OPTIVUE

Doorniksestraat 25

8500 Kortrijk

056 25 54 56

www.optivue.be

OPTIEK LAMMERANT

Gaverssteenweg 44

9800 Deinze

09 386 22 73

www.optieklammerant.be

CHASE THE LIGHT

2

BACALL SS541006

3

DRIVING HERITAGE CAPSULE



2

▷ 4A

3

▷ 5A

ADVERTORIAL

LA FONDATION PELICANO DONNE AUX ENFANTS ET AUX JEUNES PLUS DE CHANCES D'AVOIR UN BEL AVENIR!

AUCUN ENFANT OU ADOLESCENT NE MÉRITE DE GRANDIR DANS LA PAUVRETÉ. NAÎTRE DANS L'EXTRÊME PAUVRETÉ OU SE RETROUVER SOUDAINEMENT DANS UNE SITUATION OÙ DES PROBLÈMES FINANCIERS SURVIENNENT ET OÙ LES PARENTS N'ARRIVENT PLUS À JOINDRE LES DEUX BOUTS... C'EST MALHEUREUSEMENT LA DURE RÉALITÉ QUOTIDIENNE DE PLUS DE 40.000 ENFANTS ET JEUNES DANS NOTRE PAYS. DEPUIS 14 ANS, LA FONDATION PELICANO S'EST DONNÉ POUR MISSION DE LES SOUTENIR DIRECTEMENT FINANCIÈREMENT ET D'AMÉLIORER AINSI LEURS PERSPECTIVES D'AVENIR.

TEXTE: ISABELLE VANDECAN - PHOTOS: STICHTING PELICANO





QU'EST-CE QUE LA PAUVRETÉ INFANTILE?

On parle de pauvreté infantile lorsqu'une famille ne dispose pas de ressources financières suffisantes pour répondre aux besoins fondamentaux des enfants et/ou des jeunes.

«Ces besoins fondamentaux sont issus de la Déclaration universelle des droits de l'homme et sont très clairs: l'hygiène personnelle, un repas chaud quotidien, des vêtements adaptés à la saison, l'éducation, les soins médicaux/paramédicaux et enfin les sports, les loisirs et la culture. Ces six piliers sont d'une extrême importance dans la croissance d'un enfant. Lorsqu'ils ne peuvent pas être satisfaits, l'enfant est en difficulté», explique Ruth Dierickx, porte-parole de la Fondation Pelicano.

BOÎTES À PAIN VIDES

Un problème très actuel est celui des boîtes à pain vides. De plus en plus souvent, les enfants arrivent à l'école avec une boîte à lunch vide ou avec des aliments malsains. Et l'enfant lui-même ne peut jamais être blâmé pour cela. Pourtant, les conséquences sont désastreuses. Les enfants ont faim, ce qui les rend incapables de se concentrer, ils sont irritables, beaucoup plus sujets aux maladies, ce qui les amène à s'absenter de l'école. Tout cela entraîne un manque de motivation et d'épanouissement personnel et fait indirectement entrer ces jeunes dans un cercle vicieux dont ils ne sortent que très rarement.

BRISER ENSEMBLE LE CYCLE DE LA PAUVRETÉ

En 2009, quelques amis ont uni leurs forces pour s'attaquer au problème croissant de la pauvreté infantile en Belgique. La Fondation Pelicano voit le jour et est très vite reconnue officiellement comme «Fondation d'utilité publique». Depuis 2010, elle a même reçu le Haut Patronage de Son Altesse Royale la Princesse Astrid.

«Nous donnons aux enfants en situation de pauvreté de réelles chances pour l'avenir en leur offrant un soutien financier individuel et durable afin qu'ils bénéficient des mêmes chances qu'un enfant 'normal'. À cette fin, nous investissons en moyenne jusqu'à 40 000 € par enfant jusqu'à ce qu'il entre sur le marché du travail», explique Christiaan Hoorne, directeur de la Fondation Pelicano.

La Fondation Pelicano travaille principalement avec des partenaires sociaux soigneusement sélectionnés (écoles, CPAS, services sociaux, ...), dans les grandes villes et les petites communes. Lorsqu'un de ces services constate qu'un enfant ou un jeune défavorisé a besoin de toute urgence d'un soutien financier, il le signale à la Fondation. La Fondation enquête sur le cas et prend les mesures nécessaires.

Les problèmes urgents sont traités en premier lieu, les besoins dits primaires: nourriture, santé et vêtements. Dans un second temps, les préoccupations éducatives et sociales de l'enfant Pelicano sont abordées. Car de toute façon, un enfant a besoin de contacts sociaux et d'un encadrement pédagogique pour se développer pleinement.

En fin de compte, cela évolue vers un soutien durable jusqu'à ce que le jeune entre sur le marché du travail. Durable est le mot clé ici, car les enfants de deux ans sont également inscrits. Dans ce cas, la Fondation Pelicano s'engage jusqu'au jour où l'enfant peut s'intégrer individuellement dans la société. Un engagement qui peut durer 20 ans.

COMMENT COLLECTONS-NOUS DES FONDS?

La Fondation Pelicano travaille principalement avec deux sources de fonds.

Tout d'abord, il y a les dons directs ou les cadeaux. Tant les particuliers que les entreprises peuvent soutenir financièrement la Fondation. Vous et moi pouvons donner un montant à la Fondation Pelicano, à partir de 40 €. vous recevrez un certificat fiscal. Vous avez le sentiment chaleureux d'aider un enfant en situation d'extrême pauvreté et vous recevez un grand merci.

Dans le cadre de la responsabilité sociale des entreprises, les sociétés peuvent également faire des dons et contribuer à un monde meilleur. Des actions sur mesure sont élaborées ensemble, impliquant souvent le personnel, les fournisseurs ou les clients. Ensemble, nous pouvons faire beaucoup plus. Un deuxième pilier consiste à inclure la fondation dans votre succession ou votre testament. Ainsi, après votre décès, le montant que vous avez mis de côté sera automatiquement transféré à l'organisation caritative. Dans la vie, vous déterminez ainsi comment vous pouvez encore apporter une belle contribution lorsque vous n'êtes plus là.

LES PARTENAIRES SOCIAUX SONT NOS BÉNÉVOLES

Pour s'assurer que les fonds sont dépensés correctement, la fondation fait appel à des institutions soigneusement sélectionnées. Il s'agit notamment d'écoles, de CPAS et de services des affaires sociales. Ces institutions connaissent très bien les situations de pauvreté dans les familles et sont les mieux placées pour identifier les enfants et les jeunes ainsi que leur contexte familial et social.

Cette méthode de travail garantit en outre que les coordinateurs de soins désignés veillent à ce que l'argent soit versé correctement et non aux parents ou à la famille. Dans le cas d'une visite chez le dentiste, par exemple, il est payé directement par le partenaire sociaux. La possibilité de «mauvaises intentions» est ici complètement éliminée.

CHAQUE ENFANT DOIT AVOIR LES MÊMES CHANCES

Caroline Petitjean est l'une de nos partenaires sociaux. Depuis des années, elle prend en charge des enfants qui vivent dans des conditions défavorables. Grâce à la Fondation Pelicano, elle veille à ce que les besoins fondamentaux de ces enfants soient satisfaits.

«Début septembre 2022, une demande est arrivée de la part d'une mère célibataire avec 3 filles. Elle venait de fuir sa situation désastreuse, après des années de violences domestiques et de problèmes financiers. Heureusement, elle a pu rester temporairement chez sa mère démente, mais ce n'était pas une situation tenable avec 3 enfants. Elle a cherché et trouvé un autre endroit où vivre mais a beaucoup de mal à joindre les deux bouts. Les enfants luttent contre de graves traumatismes, ne peuvent pas aller chez le dentiste ou l'ophtalmologue, n'ont pas leur propre lit pour dormir, portent des vêtements qui ne leur vont pas ou qui leur ont été offerts par des amis et luttent également contre des difficultés d'apprentissage.

Malgré tout, la mère essaie de rester forte et travaille à plein temps dans le secteur des soins. Elle essaie même de faire un travail de nuit supplémentaire pour pouvoir donner plus à ses enfants. Elle insiste pour travailler à plein temps et ne peut donc pas faire appel à l'aide du CPAS.

Bref, une situation éprouvante mais un profil qui était éligible à 100% pour le soutien de la Fondation Pelicano. Entre-temps, nous avons payé toutes les factures scolaires en retard, les 3 enfants ont été inscrits dans un club de sport, un lit est disponible pour chaque enfant, ainsi qu'une nouvelle literie et nous avons fourni des chaussures et des vêtements. Il y a encore beaucoup de travail à faire, mais les enfants vivent maintenant dans une meilleure situation et peuvent aspirer à un meilleur avenir. L'énorme gratitude d'une telle famille vous réchauffe le cœur, et c'est pour cela que nous le faisons», explique Caroline.



L'impact considérable de la lutte contre la pauvreté infantile
L'importance de la lutte contre la pauvreté infantile est très grande. Non seulement cela fait une énorme différence dans la vie d'un enfant, mais il n'y a que des avantages pour la société également.

La Vlerick Business School a réalisé une étude commandée par la Fondation Pelicano qui montre qu'investir dans la réduction de la pauvreté infantile est souhaitable non seulement d'un point de vue social mais aussi économique.

«Avec un investissement minimum de 1 € par enfant en situation de pauvreté, cela rapportera au gouvernement au moins 5 à 9 € en recettes fiscales et en économies à l'avenir», explique le professeur Dirk Buyens. Les enfants qui finissent par sortir du cercle vicieux de la pauvreté ne sont plus un coût et, après tout, ils contribuent à la société.



AMBASSADEURS

La Fondation Pelicano peut également compter sur trois ambassadeurs de renom: le couple d'acteurs An Miller et Filip Peeters et Kedist Deltour (Miss Belgique 2021) sont heureux d'apporter leur soutien à ce projet.

Kedist Deltour (Miss Belgique 2021) a elle-même vécu dans la plus grande pauvreté pendant 10 ans avant d'être adoptée par des parents belges. Elle ne pouvait pas aller à l'école et souffrait de la faim. «Il n'y a pas de solution miracle. Il faut s'attaquer à la pauvreté infantile de manière individuelle. C'est ma conviction et aussi celle de la Fondation Pelicano», a déclaré M. Kedist.



COMMENT POUVEZ-VOUS AIDER

LES ENFANTS EN SITUATION DE PAUVRETÉ?

Depuis la création de la Fondation Pelicano, de très nombreux enfants ont déjà été soutenus financièrement et ainsi préparés à une vie sur le marché du travail. Chaque jour, ils entendent des histoires fantastiques d'enfants et de jeunes qui, grâce à leur soutien, sont entrés dans une vie complètement différente. Ils ont pu tourner le dos à la pauvreté et se construire un nouvel avenir dans un environnement sain et constructif. Ces enfants et ces jeunes sont la meilleure preuve que c'est possible. Qu'il existe une autre voie, mais qu'ils avaient juste besoin d'un petit coup de pouce.

La Fondation Pelicano ne peut faire son travail qu'avec l'aide de dons et de donations. Voulez-vous aussi faire une grande différence dans l'avenir d'un enfant? Rendez-vous sur www.pelicano.be.



pelicano.be ou scannez le code QR ci-joint et faites le don de votre choix. De cette façon, vous donnez à chaque enfant plus de chances d'avoir un avenir brillant! www.pelicano.be

IMMO NOBELS



A l'écoute
du client



Marketing
ciblé



Photographie en drone sur
360° avec enregistrement



Grande liste de
clients en attente



Suivi
administratif



Équipe
spécialisée

**VENDRE
VOTRE MAISON
RAPIDEMENT ?**

**Prenez vite contact
avec nous !**

055 30 92 90



**NOUS SOMMES À LA RECHERCHE DE
MAISONS À VENDRE DE TOUTE URGENCE**
pour notre clientèle en attente !

☎ 055 30 92 90
✉ info@nobels.be
👉 www.nobels.be

 **NOBELS**
Nous vendons également votre propriété

DÉVELOPPEZ VOTRE IDENTITÉ VISUELLE

VIA NOS DIVERS MOYENS DE COMMUNICATION



SUPPORT DE BÂCHE (VENTE ET LOCATION)

BÂCHE PUBLICITAIRE OU INFORMATIVE - VENTE D'EMPLACEMENT PUBLICITAIRE
DRAPEAU - BEACH FLAG - ROLL-UP - PANNEAU - LETTRAGE VITRINE, VÉHICULE - ENSEIGNE
TOTEM - AUTOCOLLANT - SAC ET EMBALLAGE PERSONNALISABLE - IMPRESSION DIVERSE
SIGNALÉTIQUE - ÉLABORATION, ÉDITION & DISTRIBUTION DE BROCHURE
IMPRESSON ET BRODERIE SUR TEXTILE - GADGET PUBLICITAIRE - CUBE URBAIN

**QUALITÉ, DISPONIBILITÉ ET FLEXIBILITÉ ET CE POUR UN COUT
ADAPTÉ À VOTRE BUDGET, TELLES SONT NOS VALEURS**

VDFA Sprl
VOTRE IDENTITÉ VISUELLE

Denis Veckeman
denis.veckeman@vdfa.be

www.vdfa.be - info@vdfa.be
Rue des Prairies, 3 - 5060 Taminés

Gsm : 0498 10 59 58



LOCATION DE PHOTOMATON ET LETTRES LUMINEUSES

www.partypimpers.be



Mariage



Fête d'entreprise



Anniversaire



Naissance



Continental 
The Future in Motion



*Compatible avec véhicules électriques

Conçu pour durer

La technologie allemande au service de la sécurité
et de la longévité.

Le UltraContact.

GERMAN
TECHNOLOGY

ADVERTORIAL

GOMMAIRE - ORGANIC LIVING MOBILIER ET DÉCORATION UNIQUES ET ORGANIQUES RÉALISÉS PAR LE DESIGN BELGE

GOMMAIRE EST UNE MARQUE BELGE CRÉÉE EN 2015 QUI EST DÉSORMAIS DISTRIBUÉE DANS LE MONDE ENTIER. LA MARQUE PROPOSE UNE COLLECTION INTEMPORELLE DE MEUBLES D'INTÉRIEUR ET D'EXTÉRIEUR, COMPLÉTÉE PAR UNE GAMME ÉTENDUE DE PIÈCES DE DÉCORATION. CHAQUE ARTICLE EST IMPRÉGNÉ D'UNE TOUCHE ORGANIQUE QUI SE REFLÈTE DANS L'ENSEMBLE DE LA MARQUE. GOMMAIRE NE SUIT PAS LE MODÈLE TRADITIONNEL LORSQU'IL S'AGIT DE NOUVELLES COLLECTIONS. ELLE PROPOSE DES CRÉATIONS INNOVANTES ET CONTEMPORAINES QUI TRANSCENDENT LES TENDANCES.

TEXTE: DONKEYCOMM - PHOTOS: GOMMAIRE





DU DESIGN INTEMPOREL ET INNOVANT À LA FINITION EXPERTE

Au cours des huit dernières années, la marque belge GOMMAIRE a déjà fait ses preuves. Chacune de ses créations dégage du caractère et de la classe. Laurent De Greef (CEO) est le cerveau créatif et, avec son équipe, il est responsable des créations.

Une créativité rafraîchissante et un style intemporel sont à la base de chaque création. GOMMAIRE ne se laisse pas piéger par les dernières tendances. Cependant, la marque continue d'innover. Elle pense hors des sentiers battus, mais toujours dans le respect de son propre cadre.

La nature est toujours le fil conducteur. Formes organiques, couleurs douces, tons de terre et matériaux naturels: la force de la nature est intégrée dans toutes les pièces et est souvent laissée libre, ce qui la rend unique. Des bords irréguliers, une texture de bois frappante ou une forme un peu différente. Quel que soit l'article que vous choisissiez, chaque pièce sera toujours unique.

Ce caractère distinctif est renforcé par les méthodes de travail et le savoir-faire authentiques des partenaires nationaux et internationaux. Les techniques traditionnelles telles que le verre soufflé à la bouche, la terre cuite faite à la main et le travail artisanal du bois fusionnent avec les designs innovants pour produire des résultats magistraux.

Le savoir-faire artisanal qui se cache derrière chaque pièce permet d'obtenir une qualité optimale, ce qui contribue également à l'aspect durable des collections. Une qualité élevée signifie une durée de vie plus longue, et donc un plaisir à vie. Il n'est pas question de production de masse. L'aspect organique et l'authenticité sont primordiaux. Seul ce que la marque soutient pleinement est produit, d'une manière qui corresponde aux valeurs de GOMMAIRE.

En d'autres termes, la référence «Organic Living» n'a pas été choisie au hasard. L'aspect Organic Living de GOMMAIRE joue un rôle indispensable tout au long de la collection et prend vie dans les designs, les choix de matériaux et le processus de production. GOMMAIRE vise à créer un sentiment de calme dans la maison et à l'extérieur grâce à des produits uniques qui jouissent d'une longue durée de vie.

LES COLLECTIONS

Les collections de GOMMAIRE reflètent la convivialité et le confort, une atmosphère familiale qui dégage un sentiment de sécurité. Chaque élément de chaque design est toujours réfléchi, de la forme au matériau, en passant par le coussin ou le revêtement qui l'accompagne. Chaque détail est important pour que l'on puisse créer un ensemble complet à chaque fois.

C'est pourquoi GOMMAIRE reste toujours fidèle à la gamme actuelle et conçoit des articles qui complètent parfaitement la collection existante. Le mobilier d'intérieur et d'extérieur ainsi que les pièces décoratives ont un objectif essentiel: permettre aux gens de profiter d'un concept global unique, intemporel et organique.

Chaque année, GOMMAIRE élargit ses collections. La collection de meubles d'intérieur et d'extérieur ainsi que la collection de décoration sont alors complétées. Ce faisant, le client occupe toujours une place centrale et ses commentaires sont pris en compte au cours du processus de conception.

Vous souhaitez découvrir les collections en situation réelle? Vous découvrirez des décors bien pensés et entièrement habillés dans différents points de vente. Pour les partenaires de l'industrie du design et du mobilier, il y a aussi le salon biennal Maison & Objet à Paris, auquel GOMMAIRE participe régulièrement.

OUTDOOR

Quoi de plus agréable que de profiter du soleil lorsqu'il se montre enfin à nouveau? Dîner en plein air, boire un verre ou simplement profiter, entouré par la splendeur de la nature. GOMMAIRE va plus loin, avec une décoration complète de votre espace extérieur qui fait passer le jardin et la terrasse au niveau supérieur.



La collection est particulièrement étendue. Une table robuste avec de l'espace pour un repas confortable, des chaises qui forment un ensemble sublime avec elle et des détails décoratifs tels que des paniers en osier, de la porcelaine ou de la verrerie qui complètent le décor. Ou préférez-vous un coin salon avec des fauteuils confortables et des tables d'appoint assorties pour profiter d'une boisson estivale à la main? Même au bord de la piscine, il y a les accessoires nécessaires. Toujours assortis, avec des possibilités de combinaison infinies. Et tous s'inspirent de la nature dans laquelle ils brilleront.

Pour préserver le matériau dans sa forme la plus pure, les articles en bois sont souvent laissés à l'état brut. Ainsi, l'usage et le passage du temps ont l'effet désiré: une décoloration de la patine qui ne fait qu'ajouter du caractère et de la classe. D'autres matériaux, comme l'osier et la corde, contribuent également à la touche typique d'Organic Living. Invariablement robustes, durables et simplement beaux.

GOMMAIRE attache une importance particulière au confort d'assise. D'où le choix de coussins d'extérieur de haute qualité. Les tissus GOMMAIRE confèrent à la collection outdoor une signature unique. Ils sont conçus en interne



et développés en collaboration avec des usines de tissage en Europe. En bref, GOMMAIRE garantit une expérience exclusive dans le jardin avec un confort supplémentaire.

INTÉRIEUR

Que ce soit en hiver ou en été, il est toujours agréable de se détendre le soir dans sa propre maison, que ce soit avec une couverture sur le canapé ou à table avec des amis et la famille. Une maison doit être un foyer et GOMMAIRE a compris ce message comme aucun autre.

La collection d'intérieur apporte la nature entre vos quatre murs, avec des meubles intemporels et organiques qui remplissent chaque coin de la pièce de leur chaleur. Ils créent des espaces où l'on peut rentrer à la maison, appuyer sur le bouton pause et s'amuser purement et simplement.

Des tables, des armoires et des consoles fabriquées à la main en teck, en chêne français massif ou en bois recyclé sont parfaitement combinées avec des canapés et des chaises tapissés pour créer une symphonie harmonieuse.

Luxueux. Élégant. Doux et confortable. Le mobilier d'intérieur GOMMAIRE est tout ce dont vous avez besoin pour meubler d'innombrables pièces de façon sublime.

DÉCORATION

Une pièce peut sembler froide et vide si elle n'est pas bien décorée. Les accessoires GOMMAIRE apportent la même chaleur que les meubles, à l'intérieur comme à l'extérieur, en un rien de temps. L'ambiance et le confort sont garantis grâce à la gamme d'éléments décoratifs proposés.

Verrerie raffinée soufflée à la bouche, terre cuite élégante faite à la main et paniers tressés à la main en corde et en rotin sont des créations emblématiques de GOMMAIRE. Ils sont imprégnés de ce que la marque apprécie tant: l'artisanat, l'authenticité et le caractère.

Qu'il s'agisse de chandeliers, de vases, de pots, de bougeoirs, de textiles, de vaisselle en céramique ou de sa propre ligne de bougies, chaque article est une touche finale de choix pour n'importe quel espace. Chaque pièce apporte une valeur ajoutée au concept de vie organique de GOMMAIRE.

VIVRE L'EXPÉRIENCE

GOMMAIRE, un magnifique concept total issu du sol belge, respire l'expérience. La marque ne vous laissera jamais. Plus encore, elle vous inspirera chaque jour par le biais de ses distributeurs internationaux, de ses différents canaux de médias sociaux, de ses campagnes publicitaires dans des magazines renommés et bien plus encore. Le site web et la salle d'exposition virtuelle de GOMMAIRE débordent d'idées brillantes pour l'aménagement de la maison et de conseils pour l'ameublement qui vous feront rêver. Les nouveaux catalogues de GOMMAIRE font appel à l'imagination.

Les collections apportent une touche particulière à tout environnement. Une touche de chaleur, de douceur organique et d'intemporalité qui enrichit toute une vie. La marque GOMMAIRE se sent et se vit. Elle se trouve dans les moindres détails, dans tous les éléments individuels qui créent une merveilleuse interaction.

En tant que client de GOMMAIRE, vous profitez de votre achat pour la vie, soutenu par une histoire durable avec des designs forts et une identité de marque puissante. Qui ne voudrait pas en faire partie?

**GOMMAIRE - ORGANIC LIVING PROPOSE
UNE COLLECTION INTEMPORELLE ET
DURABLE QUI JOUIT D'UNE LONGUE DURÉE
DE VIE.**

INFOS

www.gommaire.com



L'excellent



WWW.3920.BE



Our specialities:

- ★ Workwear
- ★ Workwear
- ★ Promo textiles
- ★ Promo textiles
- ★ Promotional items
- ★ Promotional items

Our vision

L'excellent, a star company.

At L'excellent, we always strive to deliver **quality items to our customer in a socially responsible manner**. We do this by taking our focus among employees and importers **to the next level**. Through constant focus from us and our suppliers, we go for **maximum results with tight deadlines**.

Our motivated team of experts will help you at all times and look for the best solution for your challenge. With a **wide product range** and the necessary knowledge, we are one step ahead of our competitors.

Our mission

Our mission is to **increase** clients and organisations' **brand awareness** through quality personalised business gifts and promotional items. We also ensure that clients can **thank** their employees in an appropriate way with a Christmas package and/or end-of-year gift.

Finally, we also put more effort into finding suitable work clothes or promotional textiles. Turn your employees into **brand ambassadors** for your company.

Check it out on our renewed website:

3920.be

Some brands from our range:

CRAFT

DASSY
professional workwear

JBL

CLIQUE
with technology

CB
LIFEWORK

BLÅKLÄDER
SWEDESK

TRUCKER

senator.

XDDESIGN





PLV OUTDOOR



VÉLO PROMOTIONNEL



REMORQUE PUBLICITAIRE



ÉCRAN DORSAL PROMOTIONNEL



CLEAN-TAG



ACCROCHE-PORTE PUBLICITAIRE

YUBA AGENCY

VOTRE AGENCE DE STREET
MARKETING HUMAIN &
ÉCORESPONSABLE

CONTACTEZ-NOUS DÈS MAINTENANT : 010 22 93 62 - INFO@YUBA.AGENCY

Your Urban Buzz Agency

Yuba
www.yuba.agency



Atelier
NOTERMAN

EST.  1946

WALK TO HAPPINESS



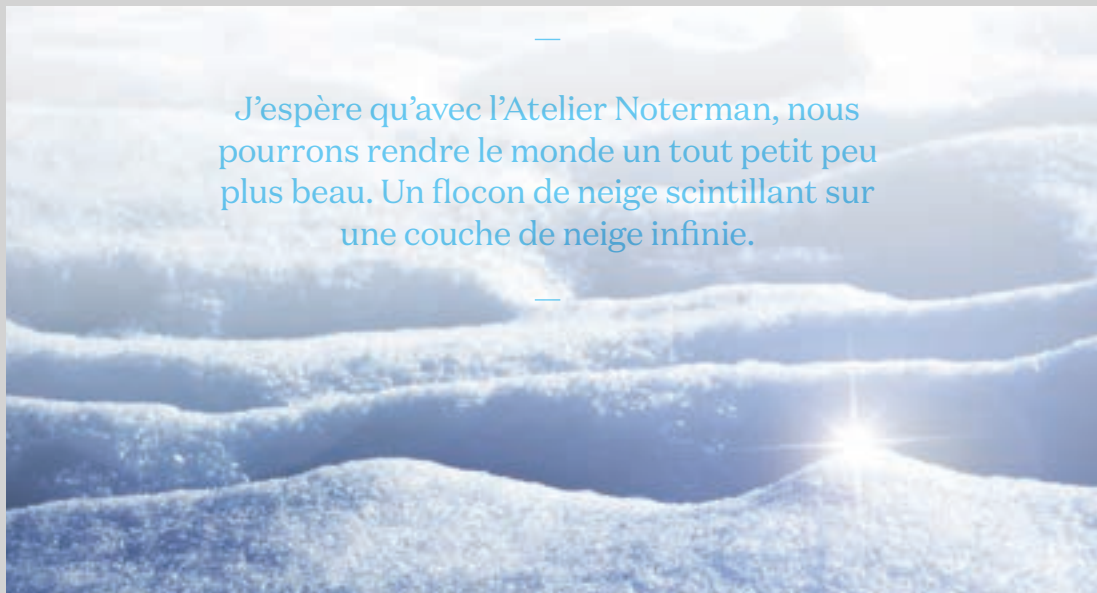
SCAN TO SEE
OUR PORTUGAL
JOURNEY

FASHION

NOTERMAN FASHION OFFRE UNE QUALITÉ SUPÉRIEURE DURABLE

L'ATELIER NOTERMAN EST UNE MARQUE DE PREMIER PLAN DANS LE SEGMENT DES PANTALONS DE QUALITÉ POUR HOMMES. MAIS ELLE SE SOUCIE ÉGALEMENT DE LA SOCIÉTÉ ET DE L'ENVIRONNEMENT. C'EST UNE HISTOIRE DE DURABILITÉ, DE CONNEXION ET DE TRANSPARENCE. NOTERMAN FASHION EST UNE PME, ANCRÉE DEPUIS TROIS GÉNÉRATIONS DANS LES BELLES ARDENNES FLAMANDES. LA FABRICATION DE BONS PANTALONS DE QUALITÉ EST LEUR ACTIVITÉ PRINCIPALE. LEUR GAMME COMPREND DES CHINOS, DES DENIMS ET DES VÊTEMENTS DE VILLE. WOUTER NOTERMAN SE CONCENTRE SUR LA STRATÉGIE DE L'ENTREPRISE, MAIS AUSSI SUR LA CONCEPTION DE LA COLLECTION. IL N'EST PAS UN DESIGNER, IL L'ADMET VOLONTIERS, MAIS IL CONNAÎT PARFAITEMENT LE MARCHÉ. SON COLLABORATEUR CHRISTOPHE EST CHARGÉ DES VENTES; IL Y CAPTE BEAUCOUP D'INFORMATIONS, CE QUI LUI PERMET D'AVOIR UN BON RETOUR D'INFORMATION. «JE VOLE AUSSI AVEC MES YEUX, J'AIME OBSERVER. POUR FAIRE LA DIFFÉRENCE, BEAUCOUP DE DÉTAILS SUBTILS SONT IMPORTANTS. NOUS PRÉSENTONS UNE NOUVELLE COLLECTION CHAQUE SAISON, TOUT EN RESTANT RECONNAISSABLES.»

TEXTE: HILDE PAUWELS - PHOTOS: ATELIER NOTERMAN



J'espère qu'avec l'Atelier Noterman, nous pourrons rendre le monde un tout petit peu plus beau. Un flocon de neige scintillant sur une couche de neige infinie.

FINGERSPITZENGEFÜHL

Wouter Noterman souligne que les couleurs sont très importantes. Une nouvelle couleur chez Noterman Fashion est la lavande. «Nous savons que nous ne pouvons pas attirer le grand public avec cela, mais nous osons le faire. Le choix des tissus est également très important. J'ai déjà vu des milliers de tissus passer dans la revue et parfois on peut à peine faire la différence. C'est une question de fingerspitzengefühl pour faire le bon choix. Nous nous basons sur ce qui est déjà là et tenons compte des tendances. Less is more: nous n'apportons pas une collection de centaines de types de pantalons, une surenchère n'est vraiment pas nécessaire. Nous visons un excellent modèle qui est «l'ajustement parfait» pour un grand nombre de clients.»

LE DÉVELOPPEMENT DURABLE COMME DÉFI

«Nous sommes de plus en plus insistants sur la durabilité. Vous rencontrez ce terme partout, mais joindre l'acte à la parole n'est pas toujours évident. Les critiques nous disent parfois que nous devrions prendre certaines mesures, mais il faut que ce soit techniquement et économiquement possible. En outre, il faut que tout le monde ait un goût pour l'histoire. Si les consommateurs ont le choix entre deux produits équivalents, dont l'un est durable et un peu plus cher, ils choisissent généralement l'offre la moins chère. Il y a encore du travail à faire pour leur faire comprendre l'importance de la durabilité. Mais nous allons de l'avant et nous voulons faire entrer nos clients dans notre histoire.»



MATÉRIAUX

Noterman Fashion est synonyme de qualité. Cela signifie que leurs pantalons ont une longue durée de vie, ce qui est aussi un aspect durable. «Qu'est-ce que la qualité de toute façon? Un jean doit avoir l'air délavé. Mais si vous ne les lavez pas industriellement, ils seraient beaucoup plus solides. Le denim brut était le matériau utilisé pour les pantalons des mineurs. Ce n'est qu'après cinq ans qu'ils ont acquis le look que l'on voit maintenant dans les nouveaux pantalons.»

Le fournisseur des jeans est Candiani, en Italie. Il s'agit d'un denim détox, ce qui signifie que pratiquement aucun produit chimique et beaucoup moins d'eau ne sont utilisés. La technologie de l'ozone imite la lumière du soleil pour donner au tissu un aspect délavé. Là aussi, il s'agit d'utiliser moins d'énergie et moins d'eau. «Maintenant, nous voyons aussi des techniques comme le recyclage des fibres. C'est particulièrement possible avec le denim, car les fibres sont légèrement plus épaisses. Avec un tissu fin, comme pour les pantalons chino, le recyclage des fibres est encore très difficile. Pour la collection d'été, nous utilisons beaucoup de Lyocell, un tissu fabriqué à partir de la pulpe de bois. Aucun agent de blanchiment n'est utilisé, la quasi-totalité de l'eau nécessaire à la production est réutilisée. C'est un substitut du coton d'une qualité parfaite». Les pantalons sont produits dans deux ateliers au Portugal et, aux mains de «Mai sans plastique», le papier est désormais utilisé pour les emballages à la place du plastique.

UNE SÉLECTION RIGOUREUSE DES FOURNISSEURS

Noterman Fashion choisit ses fournisseurs très consciencieusement. Les propriétaires de l'entreprise veulent vraiment savoir comment ils s'y prennent et quelle est leur histoire. Ils avaient l'habitude d'acheter des boutons à un fabricant allemand. Il s'est avéré qu'ils étaient fabriqués en Turquie, en Chine ou dans d'autres pays à bas salaires. «Nous ne voulions plus de cela. Maintenant, nous les ache-

tons chez un fabricant portugais. Il est situé à dix kilomètres de nos ateliers, ce qui est idéal. Nous devons faire des efforts supplémentaires pour qu'ils soient aussi à la mode, mais nous savons d'où ils viennent et c'est ce qui compte pour nous. S'efforcer d'être durable signifie que vous devez constamment faire des compromis.» Bien sûr, Wouter Noterman se décrit un peu comme un idéaliste, pas comme un activiste, bien qu'il le comprenne car ils envoient des signaux forts. «Nous voulons toucher un large public avec notre histoire durable. Je ne vais donc pas me coller à un tableau avec l'un de nos pantalons. Mais en tant qu'entrepreneurs, nous voulons avoir un impact et rendre le monde un peu meilleur.»

SA PROPRE VOIE

C'est dans l'adn de l'entreprise d'éviter les déchets, de respecter l'environnement. Pour les chefs d'entreprise, c'est une évidence, mais ces dernières années, c'est devenu un choix catégorique. «Je n'hésite pas à en parler aussi avec nos fournisseurs. Nous sommes un petit acteur, ils ne vont pas développer de nouveau tissu pour nous. J'ai l'impression qu'en leur expliquant constamment comment nous voyons les choses, ils comprennent eux aussi que les choses doivent être différentes. Il y a beaucoup de liens en jeu. Je suis moi-même convaincu qu'une petite PME peut travailler de manière plus authentique. Nous ne sommes pas cotés en bourse et n'avons pas d'actionnaires. Cela signifie que nous devons tenir compte de moins de choses et que nous pouvons davantage suivre notre propre voie. Je ne veux faire que des choses qui me tiennent à cœur et que je soutiens pleinement.»

CONNEXION

Wouter Noterman souligne que la durabilité ne concerne pas seulement les matériaux, mais aussi la façon dont on négocie, dont on traite les gens. Cela se résume à la responsabilité sociale des entreprises en mettant l'accent sur les personnes, la planète et les bénéfices. «Si chacun veut tirer le meilleur parti de ce qu'il a, rien ne changera. Alors cela ne fait aucune différence qu'il s'agisse de coton biologique ou de coton ordinaire.» Il y a également un fort engagement envers les employés au Portugal. Cela est très apprécié. «Nous faisons en sorte d'avoir un bon contact. C'est presque devenu une famille. Ils ne font pas seulement des pantalons pour nous, mais ils signifient aussi beaucoup. Nous leur rendons régulièrement visite pour savoir comment ils vont. À la fin de l'année, nous offrons à chacun une boîte de chocolats. C'est un petit geste pour exprimer notre satisfaction. Je pense aussi qu'il est important qu'ils reçoivent un salaire décent et que l'ambiance de travail soit bonne. Cela semble évident en soi et pourtant, ce n'est toujours pas le cas.»

LA TRANSPARENCE FAIT LA DIFFÉRENCE

Dans le secteur du textile, les prix et la qualité varient considérablement. Cela va du cheap spotty au très cher. Dans les deux cas, la production a parfois lieu dans des pays où les conditions de travail sont très mauvaises. C'est là que Noterman Fashion s'inscrit résolument. «Notre tout premier point de départ reste que nous voulons faire de beaux produits dont les clients sont heureux. Nous avons notre propre place dans le monde du pantalon grâce à notre histoire forte. Si vous faites des choix durables, cela a des répercussions sur la structure des coûts. Par conséquent, nos pantalons ne sont certainement pas les moins chers que l'on puisse trouver, mais nous faisons la différence dans de nombreux autres domaines et cela plaît à beaucoup de clients.»

Wouter Noterman est fasciné par le système économique, il pose immédiatement la question de savoir où il veut que l'entreprise aille à l'avenir et ce qu'il veut encore réaliser. Une dimension importante est de travailler de manière transparente. Il montre une planche sur laquelle est accrochée une paire de jeans miniature. Chaque composant, comme le fil ou les boutons, est accompagné d'une carte indiquant son origine et ses aspects techniques. Il y en a beaucoup, car la fabrication d'un jean implique beaucoup de choses. Je veux dire aux clients quels sont les «ingrédients» que nous utilisons et leur expliquer pourquoi nous les choisissons», explique-t-il.



MOINS DE GLOUTONNERIE

Wouter Noterman fait référence au slogan «la sagesse n'est pas un don». Ca veut dire qu'il ne faut pas se laisser faire, mais pour lui, 'sage' signifie plutôt être raisonnable et il pense effectivement que c'est un don incroyable. «Nous sommes huit milliards, et quelques milliards de plus à venir. Il y en a assez pour tout le monde. La condition, cependant, est que la glotonnerie du système soit inversée. Même si je suis un entrepreneur qui doit prendre en compte l'aspect financier, je trouve irresponsable la manière dont certaines multinationales se comportent. Tout est orienté vers une consommation sans fin et c'est insoutenable à long terme.»

UNE ENTREPRISE FAMILIALE PUR SANG

Aujourd'hui, la troisième génération de Noterman est à l'œuvre. Etienne Noterman a fondé l'entreprise en 1946, une période difficile après la guerre. Des carnets de notes sont restés de cette époque. C'est ainsi que l'on sait qu'un overal coûtait alors 63 francs, soit environ 1,5 euro aujourd'hui. Dans les années 1960, ses fils entrent dans l'entreprise. L'un d'eux est Johan Noterman. Il peut raconter de manière fascinante comment tout a commencé. «Ma mère était tailleur. Mon père a étudié à l'université, mais la guerre a mis des bâtons dans les roues. Ils ont décidé de fabriquer des vêtements pour l'entreprise Alsico à Renaix. Il s'agissait d'abord de salopettes, puis de pantalons de travail. Mon père avait un bon ami à Avelgem qui possédait un grand magasin de vêtements. Il lui a demandé de lui faire des pantalons. Il n'y avait pas encore d'atelier, il travaillait dans un petit 'kot' béton. Il s'est agrandi avec un autre 'kot', puis un autre. Tout était coupé là-bas. Chaque jour, nous apportions une pile aux 30 travailleurs à domicile qui cousaient tout ensemble. C'était dans les années 50. Nous faisons aussi beaucoup de pantalons pour la communauté juive de Bruxelles.» Wouter Noterman explique qu'au cours des premières années, l'accent était déjà mis sur la durabilité avant la lettre. Rien ne devait être gaspillé. Les shorts étaient fabriqués à partir de chutes de tissu. À cette époque, la durabilité était simplement synonyme de frugalité.

UN LIEN FORT

Aujourd'hui, les fils de Johan Noterman travaillent dans l'entreprise: Wouter, Willem et Frank. Willem se concentre principalement sur la production, Wouter sur la stratégie et le développement de la collection et Frank s'occupe des livraisons. Travailler en famille est très agréable, disent Wouter et Willem Noterman. Il y a la volonté de s'engager pleinement et inconditionnellement dans l'entreprise. «Nous formons un tandem et travaillons bien ensemble. Quand cela fonctionne, on peut multiplier l'énergie et le dynamisme par trois.»



BEAUTÉ

Wouter Noterman a grandi dans l'entreprise, pour ainsi dire. Il a commencé à y travailler avec beaucoup de plaisir. «Il faut aimer faire quelque chose de semblable, sinon ça ne marche pas. J'ai eu des périodes où je me suis demandé si c'était la vie que je voulais. Tout le monde passe par là de temps en temps, je pense. Je trouve la route sur laquelle nous sommes maintenant très fascinante. En fait, la question est: pouvons-nous rendre le monde meilleur en produisant des pantalons? Pour moi, il s'agit de créer de la beauté. Les pantalons doivent être beaux à l'extérieur, c'est évident. Mais la beauté que nous ne voyons pas est encore plus importante, plus globale! La beauté invisible sous la forme de choix durables, conscients et consciencieux pour faire (ou faire faire) ces pantalons. Pas n'importe quel tissu, pas n'importe quel bouton, pas n'importe quel atelier, pas n'importe quelle lessive. Chaque choix compte. Comment arriver à une économie avec moins d'inégalités? Cela me fascine énormément. J'ai essayé de résumer cela en une image et deux phrases: «J'espère qu'avec l'Atelier Noterman, nous pourrions rendre le monde un tout petit peu plus beau. Un flocon de neige scintillant sur un champ de neige incomparable...»

INFOS

www.ateliernoterman.com


ROLEX


PATEK PHILIPPE
GENEVE

Cartier


OMEGA


TUDOR


TAGHeuer
SWISS AVANT-GARDE SINCE 1860


Grand Seiko

ORIS
HOLSTEIN 1904

BALMAIN
SWISS WATCHES


BAUME & MERCIER
MAISON D'HORLOGERIE GENEVE 1830


FREDERIQUE CONSTANT
GENEVE

RADO
SWITZERLAND


HAMILTON

LONGINES
SWITZERLAND

SEIKO
SINCE 1881


TISSOT


EBEL
BEAUTY MARRIES FUNCTION

BIGLI

AL CORO

AKILLIS

JOAILLERIE PARIS

VICENZA
FOPE
DAL 1929

ROOS

The
FLANDERS
Collection

Traditions
PERSONAL RING DESIGN

GUCCI
timepieces & jewellery

BLOCH
FINE JEWELLERY SINCE 1914


Atelier P.
EST. 1865

TenSen Joaillerie
Huidevettersstraat 46 - 2000 Anvers
E. boutique@tensen.be
T. 0032 (0)3 231 98 98

TenSen Exclusive
Schuttershofstraat 2 - 2000 Anvers
E. exclusive@tensen.be
T. 0032 (0)3 231 98 99

www.tensen.be

TenSen

Joaillerie



LE TEMPS
NOTRE MÉTIER

DEPUIS 1962



Abitare, votre conception totale

Puntstraat 2 | 2440 Geel
Bredabaan 737 | 2930 Brasschaat
Brugstraat 34 | 2820 Bonheiden
abitare.be

ABITARE
MOOI WONEN