



GLOBAL CONCEPT

Le design au service de la magie de Noël

MISE EN LUMIÈRE



DÉCEMBRE 2017

Elle ne dure que quelques semaines et, pourtant, la période des fêtes de fin d'année occupe Global concept à plein temps. Implantée à Nivelles, l'entreprise s'est spécialisée dans la décoration et l'illumination festive pour les centres commerciaux. Une fois de plus, le design prouve qu'il sait allègrement jouer de toutes les gammes.

Idée lumineuse

Depuis un peu plus de vingt ans, Global concept fait des étincelles. Au sens propre, comme au figuré. En 1996, de retour de trois ans en Chine, Thierry Lewalle sent l'opportunité de marché que peuvent représenter les éclairages de fêtes. L'ingénieur commercial diplômé de Solvay fonde sa société. Très vite, il est rejoint dans l'aventure par un associé architecte. Déjà, le design occupe une place prédominante.

« Au départ, nous faisons appel à des designers externes. Certes, les résultats étaient là. Pourtant, en 2001, avec la croissance de l'activité, nous avons vu les limites de l'externalisation et la question d'engager s'est posée. L'objectif ? Pouvoir répondre à plus de demandes, tout en gagnant en souplesse et, donc, en qualité. Un ami infographiste qui travaillait pour nous en sous-traitance m'a dit "je connais un gars qui dessine super bien", explique Thierry Lewalle. C'est là qu'Alain Dierick entre en scène. Une histoire de rencontre.



Travail d'équipe

« Ce qui m'a directement motivé à rejoindre Global concept, c'est l'amplitude créative de la fonction ainsi que le domaine d'activité, Noël douze mois par an. En outre, je savais qu'occuper ce poste allait me permettre de tirer profit de mes différentes expériences : le dessin, la décoration et le design », confie celui

qui a été le premier designer employé de la société.

Aujourd'hui, Global concept compte cinquante personnes, dont quatre designers et deux infographistes. Pour Alain Dierick, « l'évolution de l'entreprise a toujours été une motivation personnelle. Aucune année ne ressemble à une autre, cela limite la monotonie. Le contact avec d'autres designers accroît l'éventail de



possibilités créatives et participe à l'émulation des connaissances ». Et pour les dirigeants de Global concept, hors de question que les designers soient isolés dans leur bulle. « Les créatifs doivent être informés de ce qui plaît et de ce qui ne plaît pas au client final. Il y a un réel flux d'informations qui remonte via les commerciaux et le marketing. Des échanges structurés autour de réunions régulières », souligne Thierry Lewalle.

Quant aux qualités essentielles pour remplir la fonction, Alain Dierick les connaît bien : « pour un designer, travailler chez Global concept requiert une grande ouverture d'esprit. Il faut être capable de se détacher de ses goûts personnels en matière de design pour s'ouvrir vers l'univers de Noël. Une fois ce prérequis rempli, le collaborateur aura énormément de plaisir à imaginer des produits alliant tendance et tradition de Noël. Ce n'est pas forcément un exercice facile,

d'autant qu'il faut tenir compte des contraintes techniques, mais cela enrichit fortement son expérience professionnelle. »

Noël toute l'année

Avec le temps, Global concept s'est imposée comme une référence en matière de décoration et d'illumination festive. Sur ce marché de niche, rien n'est laissé au hasard. Toujours à la pointe de l'innovation, la société nivelloise enrichit chaque année son offre de nouveaux thèmes qui égayeront de radieuses lumières les centres commerciaux du monde entier.

Mais créer la magie de Noël ne s'improvise pas. Pour mettre des paillettes plein les yeux des petits et des grands, ce sont des heures de travail : « dès janvier prochain, nos équipes commenceront à travailler sur Noël 2019 », précise Thierry Lewalle. « Durant toute l'année, les designers



MISE EN LUMIÈRE



DÉCEMBRE 2017



explorent des pistes de création. Ces derniers commencent à dessiner. Si cela passe le cap des premières validations en interne, ils travaillent plus en profondeur. Des échantillons sont ensuite fabriqués. C'est un très très long processus. Il faut réellement un an pour qu'un thème aboutisse, parfois, même très près du but, le thème n'est pas retenu car nous ne sommes pas

entièrement satisfaits du résultat final », conclut Thierry Lewalle.

Cette année, le thème « Dress to Impress », clin d'œil à la mode, tiendra le haut de l'affiche. Des créations qui séduiront de Bruxelles à Abu Dhabi, en passant par Séoul et le New Jersey.

Sophie Ismail
pour Wallonie design



Plus d'info :



[Global concept](#)

Rue Buisson aux Loups 7
1400 Nivelles
T. : 067 87 87 50

Thierry Lewalle

Thierry.Lewalle@globalconcept.com

Alain Dierick

Alain.Dierick@globalconcept.com

Article rédigé grâce au soutien de :



L'UNION EUROPÉENNE ET LA WALLONIE
INVESTISSENT DANS VOTRE AVENIR