



wallonie design

ENTREPRISE EN LUMIÈRE

// Décembre 2014

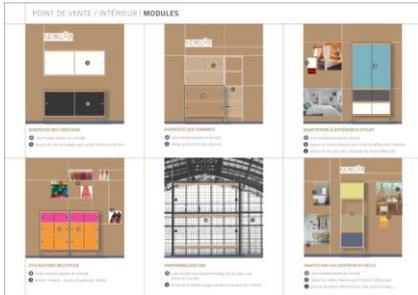
QUAND IMAGINAIRE RIME AVEC MODULAIRE

La majorité de ceux qui ont l'expérience des meubles Kewlox, en Belgique ou ailleurs, reconnaissent les fondements de ce concept belge : la modularité et la personnalisation. Et puis il y a les autres, notamment ceux qui pensent encore que la place de Kewlox est dans la cave ou le garage... C'est pour tous ceux-là que le fabricant a revu de fond en comble son identité graphique ainsi que le design des magasins. Son défi : titiller l'imaginaire du visiteur en lui suggérant la myriade de possibilités offertes par ces meubles « qui changent de couleur comme de chemise ».



A son arrivée aux commandes de Kewlox au cours de l'été 2013, Jean-Marc Bryskere, le nouvel Administrateur délégué, s'est rapidement concentré sur un objectif précis : redéfinir une stratégie commerciale et marketing plus claire. Le travail de réflexion qu'il a alors réalisé avec l'agence de communication Tramway 21 a confirmé son intuition : l'identité graphique et le design des magasins manquaient de cohérence avec l'image que Kewlox souhaitait communiquer.

« Kewlox est une icône du design belge, une marque qui a traversé le temps et dont la spécialité est la modularité et la



personnalisation. Le client devient le designer de son intérieur », explique Jean-Marc Bryskere. « Or, dans l'esprit de beaucoup de gens, nous fabriquons des meubles de rangement de base pour le garage ou la cave. Les possibilités de nos produits ne sont donc pas assez connues du public, et en tout cas pas suffisamment mises en avant dans les magasins, où les gens ne comprennent pas qu'ils peuvent jouer sur les tailles, les couleurs, les finitions... avec un même meuble. »

NOURRIR LA CREATIVITE DU CLIENT

Le défi se résumait ainsi à une question : comment traduire tout cela sans pouvoir tout montrer ? Kewlox a confié cette mission à un tandem de créatifs : les sociétés Hoet & Hoet et Double Ligne. La première s'est chargée de l'identité graphique, évoquant désormais davantage la chaleur du bois. Tandis que la designer Sylvie Hoet (Double Ligne) a planché sur le remodeling des magasins. « La modularité est l'élément de base sur lequel nous avons travaillé », décrit celle-ci. « Cette modularité est multifacettes. Elle existe dans la diversité des formes et des couleurs, mais aussi des styles possibles : ancien, classique, vintage, campagnard... De plus, un même meuble peut se retrouver dans toutes les pièces d'une maison. Notre mission consistait à traduire toute la richesse du concept. »



Pour élaborer sa proposition, la designer s'est appuyée sur le fait que l'imagination de chaque visiteur va prendre une direction propre, selon sa personnalité, son vécu. « Nous avons par exemple imaginé une sorte de parcours de modules où un meuble est chaque fois mis en avant, en montrant aussi les différents aspects de la modularité. » Pour nourrir la créativité du client, la designer a également mis au point une formathèque, ainsi qu'une matériauthèque reprenant toutes les finitions possibles. Et toujours cette idée sous-jacente : faire travailler l'imagination du client et montrer l'infinité de possibilités pour chaque meuble.



L'EXPORT EN LIGNE DE MIRE



Le premier magasin « nouvelle génération » a été ouvert il y a peu à Anvers. Cette localisation n'est pas un hasard. Les priorités à venir de Kewlox sont, dans un premier temps, le renforcement de la marque et de la position en Belgique - et plus particulièrement en Flandre où le fabricant wallon n'est pas encore assez fort -, et ensuite le développement de l'export. « Nous allons maintenant poursuivre avec le réaménagement de nos sept autres magasins, quitte à relocaliser l'un ou l'autre s'il est moins bien situé. Ensuite nous allons chercher des partenaires pour ouvrir le marché à l'étranger », poursuit Jean-Marc Bryskere.

Pour mener ces chantiers à bien, Kewlox, renseigné dès le début par Wallonie Design, vient d'obtenir une aide Spécialiste en Design de l'Awex. « Notre prochaine étape sera de travailler sur les produits, en faisant appel à des designers extérieurs, afin de les remettre au goût du jour. »



SORTIR DE LA ROUTINE

Mais l'impact de ces projets va bien au-delà de l'image extérieure de la société. Au sein de l'entreprise, un processus de changement s'est également enclenché. La volonté de l'Administrateur délégué est de « sortir les équipes de la routine et de faire en sorte qu'en interne, chacun se sente concerné par les nouveaux challenges de la société. »

Rédaction Liliane Fanello

Kewlox S.A.

Jean-Marc Bryskere

7 rue Sainte Anne, 5310 Leuze

081 51 17 91

www.kewlox.be

Création de l'entreprise : 1953

Nombre d'employés : 48

CA au 31/12/2013 : 5 M€

Taux d'exportation : 25% | Pays d'exportation : Pays-Bas, Allemagne, France et Suisse.

Agences de design :

Hoet & Hoet 42 chaussée de Lasne B-1330 Rixensart T +32 (0)2 646 40 06 info@hoet-hoet.eu www.hoet-hoet.eu	Double Ligne Rue des Champs Elysées, 64 à 1050 Bruxelles Tél : 0477/25.77.66
---	---