



Textes :
Marie-Joëlle Pollet

JARILUX

la fibre créatrice de **Sophie Leclercq** alliée à l'esprit analytique de son époux, **Karim Ben Yahia**



Si vous croyez que les entreprises textiles ont définitivement disparu du paysage mouscronnois, détrompez-vous ! A Herseaux place, depuis 1955, l'entreprise Jarilux se porte plutôt bien.

Les écharpes, ça vous dit quelque chose ? Colorées, tissées de fils nobles, laine, coton, soie, vous les portez sans doute régulièrement en hiver comme en été et vous n'êtes pas les seuls ! Aujourd'hui, Jarilux s'est spécialisée dans l'accessoire de mode et la déco intérieure. Elle s'inscrit au cœur d'un marché européen du luxe et exporte même ses créations de tissus d'ameublement à New York et Los Angeles. Son créneau ? Le haut de gamme, le sur mesure, l'exclusivité.

UN PETIT ÉCRIN DE TEXTURE

A la tête de ce petit écrin de texture, Sophie Leclercq et son époux Karim : ensemble ils se font une fierté d'offrir à leurs clients une confidentialité à toute épreuve ainsi qu'un processus de création rigoureux et attentif aux moindres détails de la demande.

Aidée dans sa tâche de création par Olivia Clément, une jeune designer textile, Sophie s'attache à comprendre depuis 22 ans, les tendances de la mode et propose de soutenir et suivre dans le développement chaque produit spécifique à ses clients. *« Nous devons pouvoir être hyperréactifs et en même temps produire des séries importantes, explique-t-elle. Ici, on monte de nombreuses chaînes pour pouvoir effectuer constamment des changements. Pour cela, il faut une bonne compréhension, beaucoup de dialogues et d'échanges ».*

La connaissance du métier, Sophie l'a acquise au fil du temps. Au début, c'était avec son papa, Jacques

Leclercq, lui-même héritier du savoir-faire de son père Laurent Leclercq dont l'activité était concentrée sur le tissage d'écharpes climatiques, les traditionnels cache-nez réservés aux saisons hivernales.



Les navettes se seraient probablement tues avec le déclin du textile dans notre région et la concurrence de l'Asie. Mais le hasard conjugué à la personnalité visionnaire et joviale de Jacques Leclercq ont fait prendre à Jarilux une autre tournure. Dans les années 70, Jacques Leclercq rencontre le célèbre couturier Kenzo. L'écharpe

se transforme dès lors en accessoire de mode à porter en toute circonstance et Jarilux poursuit son activité au creux de cette niche du luxe qui tient tant à cœur au jeune couple actuel.

JARILUX
creative weavers



SÉDUIRE LA JEUNE GÉNÉRATION

« *Vingt fois sur le métier, remettez votre ouvrage,(...) ajoutez quelquefois, effacez souvent* », écrivait Boileau. Voilà qui pourrait être la devise de Sophie. « *En effet, explique-t-elle, le développement de ce créneau nécessite une inlassable curiosité, un travail d'analyse permanent. Il faut scruter la griffe des marques, comprendre la personnalité des directeurs artistiques qui s'y succèdent, observer les changements de comportement de la clientèle et surtout élargir l'accessibilité du luxe à d'autres profils* ».

« *Les codes de la féminité changent et deviennent mixtes. La femme active a besoin d'accessoires à la fois faciles et jolis, les jeunes eux aussi sont séduits et en mesure d'acheter des produits de luxe* »

Olivia Clément enchaîne en expliquant que les clients de demain font partie de la génération Z (les 15-25 ans actuels), ceux à propos de qui on parle de « TGV entre le pouce et le cerveau ». Ils sont influencés par les blogueurs, séduits par la présentation au devant de la scène des enfants de stars qui leur servent de modèles et tout cela leur confère des avis très tranchés et immédiats. Pas question donc de laisser pour compte une génération du « see now, buy now »!

ETHIQUE ET RESPECT DE L'ENVIRONNEMENT

Côté technique, même si le numérique a désormais remplacé les métiers à tisser traditionnels, le processus de fabrication reste très équilibré, la rigueur artisanale est sous contrôle permanent de l'œil averti des membres du personnel. Dans les habitudes d'achat actuelles, les gens ont besoin de cocooning, place donc aux matières naturelles et douces. Parfois, dans l'une ou l'autre création, un fil de polyester fait son apparition, mais toujours dans le plus grand respect du confort et de l'environnement.

Jarilux déploie une démarche fondée sur l'éthique et sur les principes de gestion respectueuse de l'environnement et du développement durable : usage de matières premières biodégradables et politique d'achat en circuit court.

L'ensemble des articles produits par Jarilux respectent sans exception la législation Européenne REACH. De plus, chaque teinture utilise des composés chimiques dûment enregistrés dans le cadre REACH, permettant le cas échéant une traçabilité sans faille.



Karim explique que Jarilux veut encore aller plus loin que le simple respect des normes « *Nous consacrons un budget important pour la recherche et le développement. Nous faisons appel à un laboratoire indépendant pour tester les articles au niveau de leur résistance et, dans la norme du label Green Tex, nous nous assurons que nos créations ne contiennent aucun produit indésirable. De plus, nos teintures sont réalisées en Europe ce qui offre une garantie supplémentaire parce que même si la Chine adopte une législation très restrictive sur son propre territoire, nous n'avons pas la garantie que les produits exportés soient respectueux de cette même législation.* »

« *Nous devons à tout prix respecter la stabilité de notre produit et donc nous ne jouons pas les explorateurs, nous nous fions à des filateurs allemands ou italiens.* »



« UN VÉRITABLE ESPRIT DE FAMILLE RÈGNE ICI »

Créer pour une clientèle pointilleuse et rigoureuse, Sophie et Karim l'ont appris au fil de leur belle aventure. Ensemble ils ont développé des atouts majeurs qui permettent à leur entreprise de continuer à progresser. Ils se sont créés dans le monde de la mode une excellente réputation liée entr'autres à leur belgitude. Parce que le « pas possible » n'existe pas en Belgique et que chez nous, la remise en question est permanente, les stylistes étrangers sont séduits par l'esprit créatif et l'humilité des créateurs belges. **« A tout problème il y a une réponse dans le compromis, une réponse rapide possible grâce au savoir-faire des 12 personnes qui s'activent au sein de l'entreprise. Et nous savons que nous pouvons compter sur chacun, sans pression supplémentaire, simplement en s'écoutant »**

C'est d'ailleurs à l'implication et à l'excellent travail de toute l'équipe que Sophie et Karim attribuent essentiellement le succès de l'entreprise Jarilux



Une saison où la MODE SE JOUE DES CONFORMITÉS, entre identités féminines et masculines, et entre SOBRIÉTÉ et FANTAISIE.

Forte de son expérience dans la création, Sophie a eu l'idée, il y a 5 ans, de créer sa propre collection.

IAMIS (inspiré par les prénoms de ses fils) est née dans le but d'accrocher au plus vite le client final avec un produit de parfaite qualité au juste prix **« Made in Belgium »**.

Deux collections comportant plus ou moins 10 à 15 produits par saison sont élaborés par Sophie : la **CASUAL** d'abord, collection permanente qui propose des produits intemporels toujours réalisés avec des matières naturelles comme la laine, l'angora, la soie, le coton, et la **PREMIUM**, collection plus haut de gamme, de dimensions variées, répondant aux critères de mode du moment. Cette dernière est destinée à des clients plus avertis, plus sensibles, qui cherchent avant tout la qualité, le luxe du luxe sans qu'il ne s'affiche ostensiblement.

« Cet hiver, les étoiles se pareront de teintes chaudes, de dégradés de couleur, de motifs animaliers ou géométriques, tout en laine, coton et soie. » explique Sophie en arborant un immense sourire ! Plusieurs formats seront disponibles, du grand carré au grand rectangle, de quoi satisfaire toutes les envies de douceur.



www.iamis.be