



Dossier

LES 20 ANS DE WBDM

ENTREZ DANS LA LUMIÈRE!

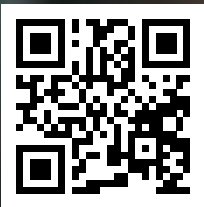


20 ANS DE RAYONNEMENT INTERNATIONAL POUR LE DESIGN ET LA MODE DE WALLONIE-BRUXELLES GRÂCE À WBDM!

Wallonie-Bruxelles Design Mode célèbre ses 20 ans. Cela fait 20 ans déjà que WBDM, de son petit nom, soutient et accompagne le développement international de créateurs et créatrices de mode et de design de Wallonie-Bruxelles. 20 ans de salons, de foires, de festivals et autres événements internationaux. 20 ans de découvertes et de rencontres toutes plus passionnantes et enrichissantes les unes que les autres. 20 ans que cette petite équipe entièrement féminine se met au service des créateurs et créatrices belges francophones et leur permet de gagner en crédibilité et légitimité sur la scène internationale, faisant de Wallonie-Bruxelles un terrain fertile dans le secteur. Cela méritait bien un petit focus.

Comme un anniversaire n'arrive jamais seul, nous fêtons également les 30 ans du Bureau International Jeunesse (BIJ) ainsi que les 200 ans des célèbres Cristalleries du Val Saint Lambert. Et pour rester en lien avec WBDM, nous découvrons le travail de Savvy Interior Design. Nous parlons aussi culture avec le Royal Festival de Spa et le guitariste belgo-coréen Denis Sungho, coopération internationale avec le projet InnerG à Tanger au Maroc et entreprise innovante avec la société intoPIX.

Bonne lecture !



Téléchargez la revue sur
www.wbi.be/rwb/



SECRÉTAIRE DE RÉDACTION

Emmanuelle Stekke - e.stekke@wbi.be

DIRECTEUR DE LA COMMUNICATION

Nicolas Willems - n.willems@wbi.be

COLLABORATIONS

Marie-Catherine Duchêne, Fanny Tabart,
Laurence Hermand et Anne Neuville

CONCEPTION ET RÉALISATION

Octopus Creative Communication
www.8pus.be

IMPRESSION

Graphius
www.graphius.com

ÉDITRICE RESPONSABLE

Pascale Delcomminette
Place Saintelette 2
B-1080 Bruxelles



Photo de couverture

Défilé de Romain Bichot,
créateur belge francophone,
au Festival de Hyères en 2024
© J. Van Belle - WBI



02 Édito

04 Sommaire

06 Dossier

Les 20 ans de WBDM :
Entrez dans la lumière!

14 Portrait

Denis Sungho est là,
avec grâce!

20 Culture

Scènes et Spa

26 Tourisme

Un souffle nouveau sur
deux siècles d'histoire : les
Cristalleries du Val Saint
Lambert se réinventent

32 Design

SAVVY Interior Design,
éthique et esthétisme

36 Jeunesse

Le Bureau International
Jeunesse a 30 ans

40 Coopération
internationale

InnerG : un nouveau
programme pour
accompagner les jeunes vers
les métiers des énergies
renouvelables et de
l'efficacité énergétique

44 Innovation

intoPIX, la société
wallonne qui révolutionne
la compression d'images
vidéo deux fois primée
à Hollywood

50 Survols



LES 20 ANS DE WBDM : ENTREZ DANS LA LUMIÈRE!

WALLONIE-BRUXELLES
DESIGN MODE : LA GENÈSE

Par Aurore Dierick

Au début des années 2000, la mode et le design belge entrent dans une nouvelle phase de reconnaissance internationale.

Si le paysage institutionnel belge francophone est déjà structuré pour plusieurs secteurs culturels (musique, cinéma, théâtre et danse) qui disposent de leurs agences dédiées, le design et la mode, eux, restent en marge. Pourtant, sur le terrain, les signaux sont clairs. La demande importante.

Les créateurs souhaitent assurer leur présence dans les salons internationaux. Des événements d'envergure, coûteux, complexes, mais essentiels pour se positionner à l'international. Très vite, l'idée s'impose : il faut une réponse spécifique adaptée à ces secteurs créatifs à la frontière entre culture et économie.

C'est donc à ce moment que **Wallonie-Bruxelles Design Mode (WBDM)** voit le jour.

WBDM naît officiellement en 2006. Ce n'est pas une agence au sens juridique du terme mais une sorte de guichet hybride, qui combine les ressources de l'**AWEX**, de **Wallonie-Bruxelles International** et de la **Fédération Wallonie-Bruxelles**. Une structure en cohérence avec les profils qu'elle accompagne : des créateurs à la fois artistes et qui doivent devenir également entrepreneurs, ce qui n'est pas toujours naturel.





Laure Capitani, coordinatrice de WBDM
© Lydie Nesvadba

A l'époque, **Laure Capitani**, ingénieure de gestion, travaille à l'AWEX, sans expérience professionnelle dans les secteurs de la mode et du design. Mais elle maîtrise les aides à l'export et elle a soif d'apprendre. Elle se lance dans le projet un an plus tard. Rejointe ensuite par **Giorgia Morero**, issue du milieu de l'art contemporain, les deux femmes vont très vite créer un binôme détonnant d'efficacité: « *On a construit une belle vision pour soutenir les entrepreneurs culturels en étant à disposition de tout le monde, tout en mettant en avant une image qualitative* ».

Les créateurs qui ont été soutenus par WBDM restent profondément marqués par cette touche humaine qui caractérise si bien l'équipe.

Alexia de Ville, créatrice de **Tenue de Ville**, se souvient: « *Au fil du temps, un véritable lien s'est créé avec les personnes incroyables qui sont derrière WBDM: un accompagnement à la fois professionnel et profondément humain, qui m'a permis de grandir et de structurer mon parcours* ».



Chloé Henris, fondatrice de C.Pouki
© Elisa Moulan



Alexia de Ville, créatrice de Tenue de Ville
© Laetitia Bica



Damien Gernay
© Julien Renault

UNE MISSION : SOUTENIR LA PASSION

Depuis vingt ans, la philosophie de WBDM n'a pas changé : rester un service public accessible à toute personne porteuse d'un projet créatif créant de la valeur ajoutée. Pour Laure Capitani, il est impensable de laisser les gens sans réponse : « *On ne dira jamais : ce n'est pas chez nous. Au pire, on réoriente* ».

Christelle Loozen, fondatrice de **1971**, se souvient des conseils reçus via WBDM : « *Il est important de ne pas rester seul face aux décisions stratégiques. Être bien entouré, accepter l'accompagnement et s'appuyer sur des expertises solides permet d'éviter bien des erreurs et de gagner un temps précieux* ».

Lorsqu'il s'agit d'assurer la présence belge sur des salons ou expositions internationales, une sélection est inévitable. Elle est exigeante, assurée, encadrée et transparente.

Laure Capitani développe : « *Il n'y a pas que le critère qualitatif, il y a aussi la dimension stratégique. Nos critères de sélection ne sont pas les mêmes pour les différents salons parce que le public est différent et donc il faut avoir un certain stade de maturité ou certains objectifs. Pour que nos services soient pertinents, on examine autant le caractère innovant de la création que la stratégie d'entreprise* ».

Nicolas Brevers, créateur de **Gobolights**, mesure l'impact de ce soutien : « *WBDM a été un véritable point d'appui dans mon parcours. Dès le début, il y a eu cette confiance accordée, cette ouverture vers l'international qui permet de se projeter plus loin. Participer à des salons avec "Belgium is Design" a été bien plus qu'une vitrine : cela m'a aidé à comprendre ce que signifie être designer, à prendre ma place et à atteindre une certaine exigence* ».

Cette approche illustre bien la vocation de WBDM : accélérer le développement international du secteur.

DESIGN ET MODE : FRÈRE ET SŒUR MAIS DIFFÉRENTS

Si WBDM couvre à la fois le design et la mode, les dispositifs sont distincts.

Côté design, l'accent est mis sur les présences collectives internationales. Maison&Objet à Paris, la Design Week de Milan, Révélations, les 3 Days of Design à Copenhague : autant de rendez-vous où la Belgique rayonne, souvent en partenariat avec les homologues flamands (Flanders District of Creativity) et bruxellois (le MAD). S'y ajoutent des initiatives comme les rencontres « Designers to Business », qui permettent à des éditeurs internationaux de rencontrer directement des designers belges.

Olivier Vitry, fondateur de **Claisse Architectures**, se souvient : « WBDM a eu un rôle important dans mon parcours professionnel autour du design. WBDM m'a vite donné l'opportunité d'exposer mon travail lors de différentes expositions, comme à Milan lors de la Design Week. WBDM m'a également permis de développer mon approche et mes contacts avec des éditeurs, galeries et fabricants grâce à des séances de coaching et de mise en relation ».

Pour la mode, un virage stratégique majeur est opéré en 2017. Les présences collectives aux Fashion Weeks, longtemps centrales, montrent leurs limites : crise structurelle du secteur, fragilité du modèle des précommandes, inadéquation avec la diversité des profils soutenus. WBDM change alors de cap et lance un programme de bourses individuelles.

Aujourd'hui, cinq bourses majeures (jusqu'à 35.000 €) sont octroyées afin de mettre en œuvre une stratégie propre (B2B, B2C, la communication et la vente en ligne et la visibilité).

A côté de ces subventions, six enveloppes de consultation permettent aux marques de se faire coacher par des experts en stratégie, en communication digitale et aussi en image de marque.

Olivier Vitry,
fondateur de Claisse Architectures
© Eline Willaert





Indee, marque fondée par Ariane Van der Elst
© Inde Srl

Les retombées de ces bourses, **Ariane Van der Elst**, fondatrice d'**Indee**, en réalise encore les conséquences: «*Nous avons eu la chance de bénéficier d'un subside dans le cadre du 'Fashion Programme', qui nous a permis de nous développer dès les premières saisons à l'international, notamment en participant à des salons professionnels. Cet accompagnement a également contribué à renforcer la notoriété de la marque, en développant notre présence sur les réseaux sociaux grâce aux ateliers proposés par WBDM*».

Le succès est au rendez-vous: une trentaine de candidatures par an, des dossiers de plus en plus solides et un effet structurant reconnu, y compris par les candidats non sélectionnés. «*Remettre à jour son business plan, défendre son projet devant un jury, c'est déjà une aide en soi*», souligne Laure Capitani.

Pour **Chloé Henris**, fondatrice de **C.Pouki**, WBDM a été un accélérateur: «*Les accompagnements m'ont permis de prendre de la hauteur, de structurer mon projet plus vite et d'oser être plus ambitieuse. Grâce à leurs conseils et au coaching des experts, j'ai gagné un temps précieux et évité beaucoup d'erreurs, ce qui a eu un impact direct sur le développement de C.Pouki à l'international*».

UNE ÉQUIPE, UNE MÉTHODE, LA FORCE DU COLLECTIF

Un nombre impressionnant de dossiers traités, près de 400 créateurs soutenus depuis 20 ans, c'est le fruit du travail acharné de quatre personnes aux profils divers et complémentaires. Ingénierie de gestion, sciences humaines, histoire de l'art, affaires internationales: les parcours se croisent et s'équilibrent.

Laure qui coordonne l'agence peut compter sur l'efficacité de son équipe résolument féminine: **Dominique Lefèbre**, attachée de presse pour WBI, **Aline Lermusiaux**, **Leslie Lombard** et Giorgia Morero. Ces trois dernières sont cheffes de projets sur le terrain. Les décisions sont prises collectivement, les responsabilités partagées, les réussites aussi. Chez WBDM, on s'interroge, on «brainstorme», on se forme sans cesse et on crée des synergies.



La marque Tomboy
© Marie Noorbergen



L'équipe de WBDM : Laure Capitani, coordinatrice, Leslie Lombard, Giorgia Morero et Aline Lermusieux, chargées de projets
© Lydie Nesvadba

Cette culture d'échanges se retrouve dans les partenariats durables avec les autres régions, les institutions culturelles, les écoles, les festivals et la presse. Elle s'exprime aussi dans la discrétion assumée de WBDM. « *On ne parle sans doute pas assez de nous, mais notre priorité reste la visibilité des créateurs* », ajoute Laure Capitani.

Pour augmenter le rayonnement des créateurs belges, Dominique Lefèbvre noue des contacts privilégiés avec la presse belge et internationale pour valoriser tout ce qui se fait en Belgique et à l'étranger. Elle invite entre autres des journalistes étrangers lors d'événements où la présence de créateurs belges est assurée.

« *Ce ne sont pas des aides directes aux créateurs, il s'agit d'un travail aussi sur l'image pour renforcer la réputation, la valeur perçue à l'étranger du secteur créatif* », explique Laure Capitani. Un travail de l'ombre qui porte ses fruits. La touche belge est saluée à l'international.

Pour **Charlotte Lancelot**, designeuse, ce travail est capital : « *Depuis vingt ans, WBDM a su impressionner de nombreux partenaires internationaux, dont beaucoup auraient aimé bénéficier de services similaires dans leur pays. Leur accueil et leur professionnalisme contribuent pleinement*

au rayonnement du design belge. L'agence a su faire évoluer son offre avec justesse, en phase avec les moyens disponibles et les évolutions du marché. C'est un soutien essentiel pour se sentir accompagné et valorisé ».

LA FOUQUE DES 20 ANS

Vingt ans, ce sont aussi des souvenirs, des tensions et des moments de grâce. Des containers bloqués en douane à New York. Des appels nocturnes depuis Hong Kong. Et puis cette opération monumentale en Asie, avec une délégation de 300 personnes, une exposition d'envergure, des conférences, un pavillon belge... et la présence de la princesse Mathilde qui devient reine à ce moment. « *Beaucoup d'énergie, beaucoup de stress, mais surtout beaucoup de satisfaction. Tout a fonctionné* », se souvient Laure Capitani.

Il y a aussi les phrases qui restent. Comme celle-ci, rapportée par une créatrice après un accompagnement : « *Quand la consultante est arrivée, c'est comme si on avait allumé la lumière* ».

Allumer la lumière. Mettre de la clarté, structurer, révéler. L'expression résume parfaitement l'esprit de WBDM.



Charlotte Lancelot, designeuse
© Made in 75



Le Surreal Dinner de Charles Kaisin lors du Belgian Spirit
à la Business of Design Week Honk Kong 2013
© Lynn



Et puis il y a les retrouvailles, des années plus tard, avec des designers soutenus au tout début, encore actifs, encore passionnés. Pour Laure Capitani et ses collègues, c'est ce qui rend leur métier passionnant: « *On a contribué à la construction de leur parcours. Ça donne du sens.* ».

Laure Kasiers, créatrice de tapis sur mesure, a grandi avec l'agence: « *WBDM est née peu avant mon atelier et l'agence m'accompagne depuis lors, je leur dois beaucoup de mes expositions à l'étranger durant toutes ces années: Paris, Milan, New York notamment.* ».

À vingt ans, WBDM n'a rien d'une institution figée. L'agence continue d'apprendre, de se remettre en question, de s'adapter. Mais une chose ne change pas: cette volonté constante d'éclairer, d'accompagner ceux qu'elle soutient avec enthousiasme.

<https://www.wbdm.be/fr/>

Nicolas Brevers, créateur de Gobolights
© Julie Calbert

A man in profile, facing left, wearing a white blazer over a dark shirt. He is holding an acoustic guitar. The background is a plain, light-colored wall.

DENIS SUNGHO EST LÀ, AVEC GRÂCE!

Par Catherine Haxhe

Dans le cadre des **125 ans de relations diplomatiques** avec la **Corée du Sud**, la Fédération Wallonie-Bruxelles ne peut que saluer le parcours de son artiste compatriote **Denis Sungho**. Né en Corée mais adopté par une famille wallonne, le grand **guitariste classique** mélange habilement les influences culturelles qui l'ont nourri et lui ont apporté une compréhension profonde de son art. Empruntant le chemin sinueux des traditions européennes et asiatiques et bien qu'installé à Séoul, sa passion le mène depuis plus de quinze ans du Carnegie Hall au Philharmonique de Berlin en passant par le Seoul Art Centre. Il est ici, *I'm here* comme il le titre dans **son album Grace** et c'est une bénédiction.

Il est dix-huit heures à Séoul, huit heures de moins à Bruxelles lorsque l'échange visio commence. **Denis Sungho** termine une journée de rendez-vous, car ce guitariste classique est aussi un véritable chef d'entreprise. Conseiller pour différentes marques prestigieuses, manager, producteur de spectacles, il gère aussi une fondation qui lui permet de transmettre son art. «*Être un musicien moderne, c'est synthétiser ce que l'on est, ce que l'on a assimilé et ce que l'on veut transmettre*», entame Denis Sungho.

Né à Busan, Corée du Sud, en 1975, il arrive la même année dans sa famille belge. Une jeunesse paisible où la musique prend rapidement sa place. S'en suivra un parcours presque obligé, conservatoire de Huy, puis de Bruxelles avec un Premier Prix en 1994, ainsi que des formations complémentaires à l'École Normale Supérieure Alfred Cortot de Paris puis au Conservatoire de Mons où il obtient son Diplôme Supérieur en 1998. Le

travail a toujours été sa ligne de conduite mais son statut de «*Rising Star*» lui ouvre les plus grandes scènes. Cette initiative de l'European Concert Hall Organisation (ECHO) qui met en lumière chaque année de jeunes musiciens exceptionnels sélectionnés pour une tournée européenne, lui ouvrira aussi le monde: le Carnegie Hall de New York, le Concertgebouw d'Amsterdam, le Musikverein de Vienne, le Mozarteum à Salzburg, le Symphony Hall à Birmingham, le Konserthuset de Stockholm, le Megaron d'Athènes, le Palais des Beaux-Arts à Bruxelles, la Cité de la Musique Paris, la Philharmonie de Cologne, celle de Berlin, pour n'en citer que quelques-uns. «*Je serai éternellement reconnaissant à Bozar de même qu'au jury pour cette formidable opportunité. Ce fut une immense chance. C'est une expérience inoubliable qui pose le socle d'une carrière. Sans cette récompense, je ne serais pas là où je suis. J'y ai aussi appris l'expérience de la solitude du soliste: voyager, jouer, manger, affronter la pression toujours seul*».



| © Studio Off-Beat

Il y a quinze ans, Denis Sungo s'envolait pour la Corée du Sud, poussé par un vent nouveau. Son répertoire s'élargit, ses partenaires se diversifient, son univers musical s'enrichit d'expériences musicales, il se construit une carrière qui embrasse ses exigences émotionnelles. En Corée du Sud où on retrouve désormais ses albums dans le top des meilleures ventes, il fut aussi le premier musicien classique à collaborer avec une diva pop, Insooni.

«Guitariste, c'est un métier à part. C'est une niche dans la niche. Je ne me suis jamais senti à l'aise dans les carcans, c'est peut-être dû à mon histoire personnelle. Je déteste être enfermé. J'aime profondément la musique classique, je voulais être pianiste et jouer les grands concertos romantiques, même si je suis guitariste par hasard. Cela m'a forcé

à écouter d'autres styles de musique que la musique classique. Je cherche toujours l'émotion et le son. L'honnêteté musicale, c'est important. La générosité aussi. Toujours offrir le meilleur de soi ».

Admirateur d'artistes aussi variés que Daft Punk, The Weeknd, London Grammar, H.E.R, Childish Gambino, de la musique électronique au R&B en passant par Pierre Rapsat qui fut l'artiste de sa jeunesse, Denis Sungo ne se laisse jamais enfermer dans un style. *« Tout comme j'adore les cuisines belge, française, coréenne ou chinoise. J'ai besoin de diversité musicale, d'excitations nouvelles. Je suis heureux d'être parti en Corée, mais la Wallonie m'a appris à nourrir ma curiosité, à rechercher la beauté dans la simplicité. Moi, je ne veux rien incarner, je veux créer des liens ».*

Et pour être « Big in Japan » comme le veut l'expression, même et surtout en Corée, il faut travailler et s'accrocher dix fois plus que chez nous, nous confie Denis Sungho, « *Quand je suis arrivé en Corée, je ne connaissais personne. J'ai travaillé énormément, pris des risques, fait des erreurs. On pourrait penser qu'avec un territoire tellement vaste et bouillonnant, les opportunités sont plus nombreuses en Corée, mais le niveau général est très, très haut. Voyez le niveau des Coréens dans les concours. Même les amateurs sont excellents. Il faut donc créer sa place. Et le fait d'être entouré de tellement d'excellents musiciens pousse à se dépasser. Non seulement dans sa musique mais aussi dans l'originalité de ses programmes ou des*

projets plus spécifiques. En outre, comme tout est privé, il faut composer avec le fait d'être rentable pour un promoteur ou un agent. Il a aussi fallu que je me crée intelligemment un réseau. En Corée, être producteur, ça veut dire aussi lever les fonds, assumer la responsabilité des pertes comme des profits. Je suis passé par des périodes très difficiles pour revenir aujourd'hui. J'ai failli arrêter tout mais je me suis accroché. C'est cela aussi l'Asie, c'est très compétitif. Avoir une double identité fait réfléchir, cela ouvre l'esprit. Je ne serai jamais ni Belge ni Coréen. J'ai dû et je dois être créatif et fort. Honnête aussi, professionnellement et financièrement, sinon on ne dure pas ici ».

© Studio Off-Beat |





Denis Sungho est presque gêné de le dire, mais pour lui, l'Asie est aujourd'hui le centre du monde économique et artistique. Ce n'est pas agréable à reconnaître pour un Européen mais c'est un fait, avoue-t-il. Et pas seulement la Corée, la Chine et le Japon, mais aussi toute l'Asie du Sud-Est et la Mongolie, ce qui représente 60% de la population mondiale. Quand toute l'Asie sera au niveau de la Corée et du Japon, cela va créer un énorme marché, reconnaît-il: «*En général, les Asiatiques misent sur l'éducation et l'excellence: j'ai beaucoup d'amis qui sortent de la Julliard ou d'Harvard, cela suscite une saine compétition des cerveaux. Ce n'est pas simple mais très enrichissant. Je ne dis pas que tout est bien ici, mais il y a un formidable bouillonnement créatif et musical. Je suis très attaché à l'Europe et à la Belgique, mon cœur y est. Et je suis triste de voir à quel point les politiques sont régionales, les visions à court terme. Il y a tellement de très belles choses en Europe, la danse, l'opéra, la musique, le cinéma. Il faut absolument que l'Europe supporte la création, qu'elle mise sur sa culture et son histoire et qu'elle l'exporte. C'est sa seule ressource naturelle*».

L'AVENIR DE LA MUSIQUE CLASSIQUE

Pour Denis Sungho, le classique a un superbe avenir, les solistes osent et explorent davantage, tout comme les groupes ou chanteurs pop invitent de plus en plus la musique classique dans leurs compositions, à l'instar de Rosalia, la star de la pop catalane, «*ou Vivaldi recomposed par Max Richter*», poursuit Denis Sungho, «*les albums de Daniel Hope, Alice Sara Ott avec Olafur Arnalds, Nils Frahm avec ses mélanges classique et électronique, Lang Lang aussi, c'est très excitant. Deutsche Grammophon ose également et a fait beaucoup de bien à la musique classique. Puisque le monde est anxieux, il me semble que le raffinement et une certaine idée de la beauté sont un beau refuge. Je ne suis pas du tout pessimiste. La musique classique change peut-être de visage mais c'est une bonne chose: elle est vivante et en pleine forme. Sa survie n'est plus à débattre*».

Pour sa part, si Denis Sungho n'a aucun regret, il rêve pourtant encore de futures collaborations, notamment dans la composition musicale pour le cinéma. Comme quoi, même lorsqu'on pense avoir joué toutes les partitions de sa vie, il en est encore pour venir nous titiller. Ici ou ailleurs, le monde reste grand et large est la découverte.

<https://www.denissungho.com/>





Par Isabelle Plumhans

SCÈNES ET SPA

C'était la fin de parcours du **Festival de Spa**, en août dernier. On avait rencontré **Axel De Booseré** pour un entretien « bilan et perspectives ». Le **comédien et metteur en scène liégeois, nommé à la tête de l'événement en août 2017**, était fatigué après un festival intense, mais heureux et enthousiaste. Débriefing.

On était là depuis quelques jours et on avait pu assister au génial *Dragon*, reprise d'une création 2001 d'Axel lui-même et Maggy Jacquot – c'était sous chapiteau, avec Arsenic, alors qu'à Spa c'était en salle et affiné dans les intentions textuelles (voir encadré). Mais aussi à la non moins géniale *Pépée, une histoire sans chute*, au drôle et touchant *C'était mieux après*, à plusieurs spectacles de plein air - *Amphitryon* ou *Masacrade* pour ne citer qu'eux - à des productions musicales ou à des lectures. Entre nombreux autres. Bref, le festival battait son plein, énergique, vivifiant, multiple, de classiques revisités, en passant par le théâtre tout public, jusqu'aux prolongations en soirée sur la terrasse animée du casino avec vue sur la ville estivale. Pas le temps de souffler, ni pour les spectateurs, ni pour le directeur ! Mais c'est là le lot de ce festival, ouvert sur la cité et sur la fête, depuis toujours, avec un regain rafraîchissant depuis sa nouvelle direction.

Précisons-le d'emblée : pour le liégeois **Axel De Booseré** (il a étudié le théâtre au Conservatoire de Liège), le festival, c'est une longue histoire. « *Je le connaissais très bien : avant d'y présenter de nombreuses mises en scène, je le fréquentais chaque année comme spectateur* ». Donc quand il prend les rênes de l'événement, en 2017 - il a été nommé en 2016 - il est en terrain connu. Il souhaite assurer le relais dans un continuum, en l'ouvrant toutefois à d'autres formes. Ceci, dans la lignée de son travail artistique. « *J'ai gardé le théâtre comme pôle central, avec de nombreuses formes annexes, comme*

la musique, le cirque, les arts visuels ». Parce que l'artiste, créateur de la compagnie Pop-Up, ancien directeur artistique d'Arsenic, a toujours mêlé les formes dans ses travaux, musique, cirque, foire... Il a habitué ses publics à un style métissé, dans une porosité de genres actuellement très à la mode, mais que lui a toujours affectionnée. Ce n'est donc pas un hasard si cet été 2025 accueillait dans sa programmation des spectacles tels que *Y a d'la joie*, dans la grande salle du casino, hommage chanté-swingé-entraîné-joué de Greg Houben à Charles Trenet, ou *I hate new music*, jubilatoire, hilarante et ultra-maîtrisée critique chantée de la musique contemporaine par la chanteuse lyrique Sarah Defrise. *Masacrade*, quant à lui, accueillait au terrain de foot (ça ne s'invente pas !) de Géronstère un public nombreux et familial, pour une représentation circassienne en hauteurs assumées et sublimes. Les lectures de Geneviève Damas, Laurent Plumhans ou Mireille Bailly ont quant à elles enthousiasmé des auditeurs rompus à l'exercice, dans le cocon accueillant de la Glacière propice à cet exercice des premières écoutes (*Pépée*, présenté en 2025, avait aussi été livré en avant-première dans cette forme, à cet endroit, ndr). Les spectateurs pouvaient aussi suivre les visites guidées/contées gratuites du patrimoine (*Quelques bobelins racontés et caricaturés*), redécouvrir le théâtre de la Fabrique imaginaire, participer aux spectacles de rue ou faire participer leurs enfants à l'un des stages organisés au cours du festival. A Spa, depuis Axel De Booseré, les styles et formats se suivent, s'enrichissent et dialoguent... pour le plaisir des spectatrices et spectateurs !

FÊTE ET FORMES

Puis Axel d'insister: un festival, c'est aussi d'abord et avant tout une grande fête... celui de Spa, la grande fête du théâtre en Fédération Wallonie-Bruxelles. Le festival, créé en 1958 par Jacques Huisman (une salle porte son nom au Casino) pour décentraliser les spectacles du Théâtre National en province, est en effet aujourd'hui une vitrine de la production de la Fédération dans son ensemble (80% des spectacles proposés en 2025 étaient issus de la FWB). Et une vitrine hautement festive au mois d'août. « *J'ai voulu de la convivialité, de la générosité, de l'énergie positive, du partage* », souligne à ce propos Axel De Booseré. Bref, de la fête!

Or le lieu s'y prête, à la fête. On pense évidemment d'abord au Casino avec la terrasse ouverte déjà citée, sur les jardins et la ville, et ses soirées musicales festives qui s'y prolongent au-delà de la programmation officielle, dans un cadre de découverte et d'échange. Mais surtout, la ville, de poche, permet de circuler entre différentes ambiances et configurations en un rien de temps. Et voilà un autre avantage du festival: s'adapter au mieux, par la forme des lieux accueillants, au fond des spectacles. C'est un des axes du **Royal Festival**, faire concorder ces lieux aux atmosphères des représentations: « *On réfléchit longtemps dans quel cadre on met tel spectacle pour jouer sur la perception des spectateurs. La salle des fêtes est unique en Belgique, et permet de nombreuses configurations. Telle celle du cabaret pour Y a d'la joie...* ». Et Axel De Booseré de renchérir: « *On peut difficilement agir sur une salle de théâtre, mais sur son ambiance, sur l'accueil, oui! Pour agir sur la perception des gens* ». Dont acte.



LIEU UNIQUE

Dans cette dynamique, le festival permet également de dévoiler au public un pan entier et parfois méconnu du patrimoine spadois, riche et varié. D'ailleurs, en 2024, le Festival de Spa entamait une collaboration unique, un focus théâtre et tourisme pour la ville. Très concrètement, le festival a participé au **Plan de relance du tourisme wallon**, en proposant une partie de leur programmation dans cette optique avec le programme « Extra » et en travaillant main dans la main avec les opérateurs touristiques, leurs activités proposées dans la région et l'HORECA spadois.





Le Dragon, féroce-ment actuel!

Le spectacle, (re)créé en saison 24-25 à Bruxelles (Théâtre du Parc), était en ouverture du festival. Pourquoi ce choix ?

« On a créé le spectacle une première fois il y a 24 ans, sous chapiteau. On a joué deux étés à Spa, on a vécu avec lui pendant 4 ans, il est inscrit dans notre mémoire de façon définitive. De façon cyclique, le texte nous revenait en tête et faisait écho à la réalité politique qui nous entoure. Je pense que c'était le bon moment pour le recréer, avec l'émergence de ces politiciens qui sont des figures modernes du despotisme. C'était bien de ramener cette pièce à jour. On ne l'avait pas remontrée depuis sa création en 2001 et on avait la troupe qui était déjà à la base de Pinocchio et Peter Pan. On pouvait porter le discours et, surtout, on le voyait avec plus de clarté. Je crois que cette fois, on est allé plus loin dans la précision du sens, du contenu de la pièce. On est reparti à zéro, de la pièce, du corpus texte, on a tout aplani, à partir d'une page blanche. La pensée est très claire, cette fois, on sait qu'on fait référence à un processus de manipulation ».

Actuellement en tournée, infos :
<https://compagniepopup.be/>





Axel De Booseré, Directeur
du Royal Festival de Spa
© Dominique Houcmant-Goldo

« C'était mieux après », de et avec Alexis Goslain
© Tom Nuevo



« C'était vraiment important cette année de soutien, parce que ça permet aussi de soutenir la création ». Un essentiel pour Axel, on le verra plus loin. Et le directeur de développer cet autre aspect du festival: « J'espère qu'à terme on parviendra, de cette façon, à créer une destination de tourisme culturel. La ville est belle, en particulier l'été, il y a de splendides promenades, les thermes, la belle offre HORECA. Lorsque le festival s'ajoute à tout ça, Spa devient une destination culturelle touristique ». Et de poursuivre: « Il y a des lieux classés, intérieurs et extérieurs. On peut, à travers certains spectacles, arpenter la ville et découvrir ou redécouvrir des lieux moins connus, mais remarquables ». On peut souligner cet exemple d'Amphitryon, tu perds ton sang-froid, qui se découvrirait à l'été 2025 dans l'arrière-jardin de la Villa Royale et ses écuries... La surprise était alors double, de découverte d'une création en même temps que celle d'un lieu.

« Mon travail, c'est amener les gens à une forme de curiosité qui fait qu'ils découvrent un premier spectacle. Et là, le plus gros du travail est fait. Le goût peut s'inscrire assez facilement par ce que l'équipe programme ici, ça peut balayer très vite les idées préconçues sur les arts de la scène ».

FORMES VARIÉES ET NOUVELLES

Dans ce sens, le festival reste dans son ADN, on se rappelle de nombreuses mises en scène d'Arsenic ou des Baladins du Miroir, sous chapiteau, qui ont fait les beaux jours de l'événement ancienne version. De chapiteaux – et de cirque aussi, Axel promet « le retour en 2026 ». Un plus dans le mouvement impulsé et espéré d'un tourisme culturel spadois: le cirque n'oppose pas la barrière de la langue à ses spectateurs. Spectateurs en constante augmentation - 96% d'occupation des salles et espaces extérieurs et près de 16.000 spectateurs accueillis en 2025 - qui ne sont pas à chercher nécessairement à l'international, concède Axel De Booseré, qui désire cependant toucher de plus en plus nos compatriotes flamands – le site internet du festival est désormais trilingue: français, anglais, néerlandais.



« Cabots mordus », de Jean-Marie Piemme
© Alice Piemme

« Pépée, une histoire sans chute »,
de Josépha Sini et Laurène Hurst
© Alice Piemme

Un autre essentiel qu'Axel De Booséré souhaite développer, c'est l'axe de la création. « *Je souhaite la porter au cœur du festival. Bien entendu, on n'a pas cette mission de création au niveau du contrat-programme: on est un festival d'accueil. Mais on tente, avec des moyens réduits, de soutenir plusieurs créations par an. Je trouve important qu'une ville rurale comme Spa puisse devenir un espace investi de créations* ». Le directeur de pondérer, toutefois: « *Il faudrait un peu de moyens, on ne peut pas faire ça seul. On a une salle de 400 places, équipée, mais ce n'est pas suffisant. Il faut un vrai cadre d'accueil si on veut promouvoir réellement la création. Un cadre financier qui permettrait l'accueil des artistes dans de bonnes conditions* ».

BILAN ET PERSPECTIVE

Enfin, pour Axel, il y a clairement deux périodes distinctes depuis sa prise de direction du festival. « *Celle de la prise en main, pendant quatre ans, les premières expériences nécessaires, les ajustements. Puis il y a eu le COVID. Mais là, dès qu'on a eu le feu vert, même en première année de COVID, on a foncé, on a fait des choses en extérieur. Puis les quatre années suivantes. Là, l'équipe est en adhésion avec le projet. Elle a une bonne connaissance du contenu, des objectifs. D'année en année, c'est un plaisir qui s'affirme. Les spectateurs ont augmenté de 56% en nombre et en diversité. Quand je suis arrivé, il n'y avait quasi qu'un enfant spectateur, qui venait avec sa mère. Aujourd'hui, on a travaillé sur des spectacles dédiés et on a augmenté notre public familial* ». Côté envies? Outre le cirque, les chapiteaux et la création, revenir, encore et toujours aux essentiels: « *Les arts vivants sont là pour nous faire du bien. C'est pour ça, l'attrait pour toutes les formes. Pour varier les plaisirs* ». Plaisirs à découvrir du 7 au 23 août cet été. Pensez à réserver votre dose d'arts, dare d'arts!

Les spectacles créés à Spa, en tournée

L'an dernier, trois créations ont émaillé le festival, coproduites par lui. Elles sont en tournée cette saison (40 dates en FWB).

- **Cabots mordus, Jean-Marie Piemme et Philippe Sireuil**

Un duo de clowns contemporains (Fabrice Adde et Franck Arnaudon, impeccables), au service d'un texte précis sur l'amour du théâtre et l'amitié. Classique et textuellement jubilatoire.

Du 10 au 21/03/26, Théâtre des Martyrs, Bruxelles.

- **Pépée, une histoire sans chute, Josépha Sini et Laurène Hurst**

Josépha Sini interprète magistralement sa propre histoire, celle de la fille de Pépée, avocate géniale, haute en couleurs et... alcoolique. On passe des rires aux larmes, sans pathos. Tournée dans toute la Wallonie, infos et réservations: <https://livediffusion.com/>

- **C'était mieux après, Alexis Goslain**

Il est comédien, et père. Son fils est à l'âge des choix et des départs. Il va décider de vivre sa vie. Un seul-en-scène multiple sur le théâtre et l'amour paternel.

Tournée à Bruxelles et en Wallonie au printemps, infos et réservations:

<https://livediffusion.com/>

67^e édition du Royal Festival de Spa du 7 au 23 août 2026

Infos et réservations: www.royalfestival.be

**Programme complet et réservations
ouvertes dès fin mai**



Par Philippe Vandenberg

UN SOUFFLE NOUVEAU SUR DEUX SIÈCLES D'HISTOIRE :

LES CRISTALLERIES DU VAL SAINT
LAMBERT SE RÉINVENTENT

Les Cristalleries du Val Saint Lambert
se réinventent pour leur bicentenaire
© maeoka.be

Initié par la Ville de Seraing et porté par le Groupe Uhoda, ce projet de bicentenaire s'inscrit dans une **dynamique globale de valorisation** et de redéploiement du site.

© maeoka.be |

LA NATURE EN HIVER

Là où la Meuse dessine des courbes argentées et où les cheminées du sillon industriel ont longtemps veillé sur les travailleurs, s'élève le grand nom des **Cristalleries du Val Saint Lambert**. Fondée il y a deux siècles, cette manufacture n'est pas seulement un atelier : elle est la voix de Seraing, une cité de la banlieue liégeoise, forgée par le charbon et le fer.

Perché comme une lanterne sur la rive, le Val Saint Lambert a longtemps offert au monde la transparence d'une région entière. Ici, le cristal n'est pas simple objet décoratif : c'est un acte de création collective, un trésor social, un symbole d'élévation. De la poussière du minerai à l'éclat du cristal.

Depuis 1826, les Cristalleries du Val Saint Lambert occupent une ancienne abbaye cistercienne habilement rénovée et trace une histoire unique où savoir-faire industriel et créativité artistique se répondent. Fondée par le chimiste **François Kemlin** et l'ingénieur **Auguste Lelièvre**, l'entreprise démarre ses fours en mai 1826 et devient rapidement la référence du cristal belge, alliant technique et goût pour l'excellence.

Le site même offrait des conditions favorables : proximité de la Meuse pour le transport, ressources de combustibles et de matières premières et un bassin industriel liégeois en pleine expansion. Très vite, le Val Saint Lambert se distingue par la pureté de son cristal, ses découpes précises et ses pièces à la fois utilitaires et sculpturales. Au tournant des XIX^e et XX^e siècles, la cristallerie connaît un âge d'or : production de masse de haute qualité, rayonnement international et



Comment est fabriqué le cristal ?

Le cristal est une matière claire, brillante, caractérisée par la pureté de ses composants, son indice de réfraction et sa densité. La composition comporte trois parties de silice (sous forme de sable extra-blanc), deux parties de minium de plomb qui favorisent la limpidité et l'éclat, une partie de potasse et une certaine quantité de groisil (cristal clair cassé) qui favorisent la fusion.

Tout commence par la mise dans le creuset de la matière à 1.400°C. Ce creuset est fait de terre argileuse par des artisans potiers selon des tours de main plus artisanaux qu'industriels. Pour que la fusion puisse s'effectuer dans les meilleures conditions, le creuset ne doit présenter aucune fissure. Sa vie est courte car après quelques semaines, il doit être remplacé. Le cristal sera prêt à être travaillé entre 24 et 48 heures après l'enfournement.



Les Cristalleries du Val Saint Lambert
© maeoka.be

participation remarquée aux Expositions universelles, où ses vases monumentaux et ensembles taillés font sensation. Artistiquement, le Val Saint Lambert a su traverser les styles. De l'Art nouveau aux lignes Art déco, puis aux collaborations modernes (de créateurs locaux aux designers contemporains), la manufacture réinvente sa palette et ses techniques.

UN MOMENT DE RÉAFFIRMATION

Aujourd'hui, le Val Saint Lambert reste un symbole du « made in Belgium » : ateliers accessibles au public, démonstrations de soufflage (les enfants peuvent même y souffler leurs propres œufs de Pâques!) et une offre muséale qui permet de comprendre les gestes, les fours et les étapes qui transforment la matière vitreuse en objets précieux. Malgré des mutations économiques et des changements de propriétaires au fil des décennies, la manufacture a conservé sa capacité d'émerveillement et son expertise unique. Le bicentenaire n'est donc pas qu'une commémoration : c'est un moment de réaffirmation. Il pose la question de la transmission des métiers, de la durabilité de l'artisanat local et du rôle des patrimoines vivants dans nos villes postindustrielles.

À partir du 11 avril et jusqu'au 6 décembre 2026, le Val Saint Lambert déploiera une programmation exceptionnelle faisant du bicentenaire un temps fort majeur sur le site. Pensée comme une célébration à la fois rétrospective et tournée vers l'avenir, cette programmation repose sur trois piliers complémentaires : une grande exposition consacrée à deux siècles de création et de savoir-faire, des relectures artistiques contemporaines via une expérience immersive et un spectacle immersif.

Il y aura aussi un programme étendu d'animations destiné à faire vivre le site tout au long de l'année, allant de l'art contemporain à des initiatives autour des arts de la table, en passant par d'autres propositions culturelles accessibles à tous les publics, dont certaines s'inscriront dans de grands rendez-vous culturels et patrimoniaux, tels que les Journées du Patrimoine.

Initié par la Ville de Seraing et porté par le Groupe Uhoda, ce projet de bicentenaire s'inscrit dans une dynamique globale de valorisation et de redéploiement du site. Il est également conçu comme un projet citoyen et collectif, ouvert à l'ensemble des acteurs culturels, économiques, associatifs et institutionnels désireux de s'y investir.



Louis Leloup (1929-2025) : le samouraï du cristal

Maître-verrier emblématique des Cristalleries du Val Saint Lambert, Louis Leloup est né à Seraing en 1929 et y débute comme apprenti à 17 ans, choisissant le cristal au détriment d'une carrière lyrique au Conservatoire. De 1958 à 1971, il enseigne à l'École des Cristalleries et invente la technique du soufflage à plusieurs cannes, permettant des sculptures monumentales jugées impossibles à l'époque, comme un lampadaire de 70 kg exposé à Bruxelles en 1958. En désaccord avec la direction en 1971, il fonde son atelier indépendant à Neupré, où il crée des œuvres colorées et puissantes, dont la Madone de la Reine offerte à Fabiola en 1965, célébrées mondialement. Un musée lui est même dédié à Kyoto. Décédé en 2025 à 96 ans, son legs illumine encore le renouveau du Val Saint Lambert.

| © maeoka.be



Le bicentenaire entend ainsi fédérer partenaires et forces vives autour d'une ambition commune : faire du Val Saint Lambert un pôle culturel, patrimonial et touristique incontournable en Wallonie et au-delà.

L'exposition anniversaire proposera un parcours entièrement renouvelé, imaginé et conçu par **Europa Expo**, incluant le rafraîchissement de l'exposition permanente et la réouverture du parcours immersif avec des décors (au sous-sol). Elle célébrera deux siècles de création et de rayonnement international à travers une sélection de pièces emblématiques issues des grands designers qui ont façonné la renommée du Val Saint Lambert depuis le XIX^e siècle.

Au-delà des œuvres exposées, la visite permettra également de découvrir le cristal en train de naître, grâce à des démonstrations en direct de soufflage de verre réalisées par les artisans encore en activité au Val Saint Lambert.

DEUX GRANDS RENDEZ-VOUS IMMERSIFS

Dès le lancement du bicentenaire, et pendant plusieurs mois, l'Abbaye du Val Saint Lambert se métamorphosera pour offrir une expérience immersive à 360° imaginée par Luc Petit, **Cristal Memoria**.

Mêlant mapping vidéo, sons et lumière, ce voyage sensoriel et émotionnel fera revivre deux siècles d'innovation, de gestes et de mémoire, et constituera un complément spectaculaire à la visite de l'exposition.

À l'automne, *Lumina Crystallis*, création originale et immersive du même Luc Petit, transformera l'Abbaye en un écrin de lumière et de poésie. Conçu comme un spectacle vivant et incarné, il sera interprété par des artistes en scène, où les corps, les voix et la musique seront au cœur de l'expérience. Les projections vidéo monumentales épouseront l'architecture de l'Abbaye, non comme un décor figé, mais comme une matière vivante, intégrée à la dramaturgie et au récit.

Au-delà de la célébration, le bicentenaire marque la volonté d'ancrer ce patrimoine verrier dans les enjeux contemporains: transmission des savoir-faire, rayonnement touristique, créations plus contemporaines pour séduire de nouveaux regards. En refermant ces deux siècles de récit, une évidence s'impose: le cristal de Seraing n'appartient pas qu'au passé industriel de la région, il demeure un acteur vivant de son avenir.

<https://vsl-bicentenaire.be/fr/>

<https://visitwallonia.be/fr-be>

© maeoka.be |



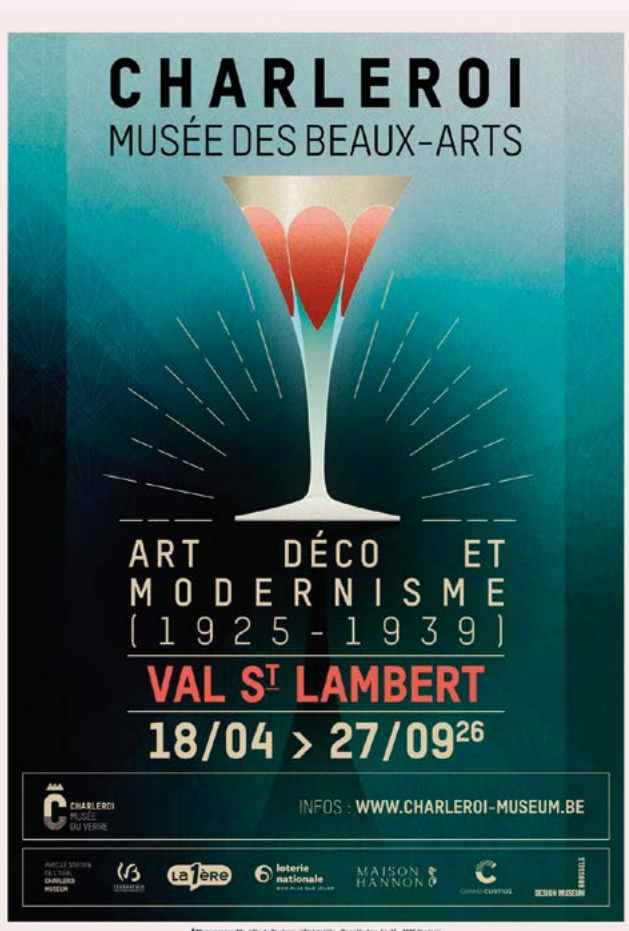
Aussi à l'agenda

18 AVRIL 2026 AU 27 SEPTEMBRE 2026

« **Expo Art déco et modernisme au Val Saint Lambert (1925 – 1939)** » au **Musée des Beaux-Arts de Charleroi**

Une exposition du Musée du Verre de Marcinelle - Charleroi dans le cadre du bicentenaire des cristalleries du Val Saint Lambert.

L'année 2026 marque le bicentenaire des célèbres Cristalleries du Val Saint Lambert. Vu leur importance dans l'histoire de Belgique et dans l'identité collective, le Musée du Verre de Charleroi s'est associé avec d'autres institutions scientifiques et muséales pour proposer un vaste programme d'expositions pour (re)découvrir ce fleuron industriel belge. Loin d'être chronologique, cette manifestation veut replonger le visiteur dans l'ambiance de l'Entre-deux-Guerres où peu à peu, les lignes courbes de l'Art nouveau laissent la place aux formes plus strictes de l'Art déco qui évoluera vers des formes clairement géométriques à l'aube des années 1940.



17 AVRIL 2026 AU 27 SEPTEMBRE 2026

«Expo japonisme et Art Nouveau» - Bicentenaire des Cristalleries du Val Saint Lambert (1826-2026) - Musée Grand Curtius Liège



Au travers d'œuvres éditées au fil des années 1880 à 1914, l'exposition révèle l'importance et l'originalité des acteurs du Service des créations du Val ainsi que le savoir-faire des praticiens qui, ensemble, portent la réputation de la manufacture sur le plan mondial. Un artiste hors pair, Léon Ledru, amateur d'art oriental ou orientalisant, personnalité dynamique fréquentant les mondes artistiques liégeois et parisiens, fait l'objet d'une mise en lumière particulière au sein de l'exposition. Environ 150 œuvres convoquant l'esthétique et les techniques expérimentées et développées par le Val Saint Lambert durant ces années sont à découvrir. Aux pièces issues du Grand Curtius s'ajoutent des spécimens de collections privées. L'exposition est enrichie d'œuvres de la Belle Époque provenant des collections muséales de la Ville de Liège : peintures, affiches, mobilier... L'esthétique Art nouveau touche aussi l'art de la table, les articles d'hygiène et de beauté, de décoration et d'éclairage.

24 AVRIL 2026 AU 25 OCTOBRE 2026

«Expo Val Saint Lambert et Design» – Design Museum Brussels

Pour marquer le bicentenaire des Cristalleries du Val Saint Lambert, le Design Museum Brussels s'associe à plusieurs institutions muséales et scientifiques afin de mettre en lumière ce fleuron de la création et du patrimoine industriel belge. En collaboration avec le Musée du Verre de Charleroi, l'exposition «Val Saint Lambert & Design» se consacre à la création du Val Saint Lambert, allant de l'Exposition universelle de 1958 au début des années 2000, une période qui témoigne d'un renouvellement créatif sans précédent. Elle incarne la volonté du Val Saint Lambert de préserver l'artisanat tout en l'inscrivant dans la modernité et dans un dialogue constant avec le design. Dans la lignée du mouvement américain Studio Glass, il ouvre ses portes à des artistes et designers internationaux qui, aux côtés

des maîtres-verriers de la cristallerie, expérimentent de nouvelles formes et repoussent les limites de la création. Le cristal, matériau symbole d'excellence artisanale, devient alors le support de créations audacieuses, conjuguant savoir-faire traditionnel et innovations esthétiques. Créé en 1989, le Studio Cristal marque une étape décisive dans l'histoire du Val Saint Lambert. À travers cette exposition conjointe, le Design Museum Brussels et le Musée du Verre de Charleroi invitent ses publics à découvrir le Studio Cristal, reflet du dynamisme, de l'innovation et du rayonnement international des Cristalleries du Val Saint Lambert.



Expo «Val Saint Lambert et Design»
au Design Museum Brussels
© Charleroi, Musée du Verre, Fonds Pierre Dias

2 OCTOBRE 2026 AU 11 AVRIL 2027

"Expo Les Frères Muller & le Val Saint Lambert. Décorateurs verriers entre la Lorraine et Liège" – Maison Hannon à Bruxelles



Par Emmanuelle Dejaiffe

SAVVY INTERIOR DESIGN

ÉTHIQUE ET ESTHÉTISME

En 2017, **Stéphanie Cornet** lance **SAVVY Interior Design**, une entreprise sacrément innovante dans le domaine de **l'aménagement intérieur écoresponsable**. Entretien à bâtons rompus avec une entrepreneuse engagée, aux multiples casquettes, qui a déjà vécu plusieurs vies en une.

BONJOUR STÉPHANIE. QUI SE CACHE DERRIÈRE SAVVY ET COMMENT EST VENUE L'IDÉE DE LANÇER CETTE ENTREPRISE ?

Au départ, je suis historienne de l'art mais très vite, j'ai exercé différents métiers axés autour de la communication et du marketing. J'ai notamment travaillé au sein d'une maison d'édition et d'un groupe de presse. Après plus de 11 ans d'une vie professionnelle extrêmement intense, j'ai fait un burn-out. Ma vie a pris alors un tournant radical. J'ai suivi des cours d'aménagement d'intérieur et je me suis formée à différentes techniques de peinture naturelle et de restauration. Ce travail manuel m'a permis de me ressourcer et de retrouver quelque part mes racines artistiques. J'ai pris un statut d'indépendant et me suis lancée dans la restauration de meubles. Parallèlement, j'ai enseigné et j'ai commencé à donner des formations.

Petit à petit, le projet de **SAVVY Interior Design** s'est forgé dans ma tête et j'ai lancé ma propre entreprise, d'une taille humaine. Essentiel à mes yeux !

Aujourd'hui, au sein de SAVVY, nous travaillons en binôme. Nous externalisons beaucoup, en sous-traitant localement, auprès d'entreprises de travail adapté. Cette taille modeste nous permet d'être très réactives. Au fil des ans, de nombreux stagiaires, passionnés par l'écoresponsabilité, nous ont rejoints temporairement. Beaucoup avaient de bonnes idées et ont apporté leur pierre à l'édifice.

POUVEZ-VOUS DÉCRIRE PLUS PRÉCISÉMENT LES MISSIONS DE SAVVY POUR NOS LECTEURS ? QUEL EST L'ADN DU PROJET, Y A-T-IL DES LIGNES DIRECTRICES ?

« Savvy », cela signifie, en anglais, être débrouillard ou pour le dire très positivement, être toujours « orienté solutions ». C'est là notre ADN. Repenser, réutiliser, réinventer. Tout se réalise ici dans un esprit d'artisanat urbain. J'aime à dire que nous créons une nouvelle forme de ces métiers d'art



© savvyinteriordesign



Le saviez-vous ? À lui seul, le secteur de l'ameublement génère près de 5 % des émissions carbone mondiales.



très répandus par le passé à Bruxelles. On retrouvait en ville de très nombreux ateliers. Aujourd'hui, on allie bien sûr cet aspect avec des technologies de pointe et de la créativité.

L'entreprise est essentiellement structurée sur trois axes d'activité. Tout d'abord, nous avons les formations avec une expertise dans la restauration de meubles et pour tout ce qui est enduits et produits naturels de la marque engagée Galtane. Elle propose toute une gamme de produits respectueux de l'environnement. Nous organisons régulièrement des workshops.

Le second axe consiste à travailler, au sens le plus large, autour de l'aménagement d'intérieurs écoresponsables pour des entreprises, des bureaux d'architectes et des particuliers. Nous travaillons beaucoup dans le domaine de la rénovation de bâtiment. Très souvent, nous récupérons des matériaux in situ dès que cela s'avère possible. Notre expertise est large et s'étend du conseil, à la conception et au suivi de chantiers.

Enfin, le troisième pilier se centre sur l'upcycling et la restauration de meubles. Basé à Bruxelles, notre atelier conçoit et fabrique plus largement des mobiliers et accessoires de décoration. Un des leviers de la décarbonation est l'allongement de la durée de vie des meubles. Ainsi nous redonnons un look plus contemporain à des meubles anciens, nous veillons à leur donner un design soigné et une qualité supérieure. Nous transformons aussi des gisements de déchets (bois, métal et plastique) en mobilier et accessoires haut de gamme. La



démarche confère une nouvelle vie et une qualité supérieure, alliant histoire et design contemporain.

Nous avons **trois collections phares**: Adagio, Yabby et Voyages qui est issue d'un partenariat avec la SNCB. Ces différentes collections sont créées à partir de matières premières recyclées, c'est un design soigné, durable et responsable. **Adagio**, c'est une déclinaison de chaises « made in Belgium » qui conjugue élégance, fonctionnalité et respect de l'environnement. Elle est composée à 99% de produits recyclés. Les deux autres collections sont plus récentes. **Yabby** est une série de tables hautes et basses réalisées à partir de plateaux en coquillages recyclés alliant design minimaliste et matières naturelles. La collection **Voyage** se compose de petits meubles et tables d'appoint conçus à partir d'anciennes tablettes de train en bakélite de la SNCB.

Pour la vente, ces produits se retrouvent sur notre e-shop. Car nous ouvrons notre showroom uniquement sur rendez-vous. Nous travaillons pour des entreprises, des bureaux

d'architectes et des particuliers. Nos produits ne sont pas distribués en boutique. Bien que notre communication soit essentiellement dirigée vers les entreprises, cela ne nous empêche pas de toucher des personnes qui font le choix d'acheter chez nous car nos prix sont très abordables au regard de la qualité que nous offrons.

Y A-T-IL LA VOLONTÉ D'EXPORTER VOS PRODUITS ET VOTRE SAVOIR-FAIRE À L'ÉTRANGER ?

C'est à l'agenda, nous y travaillons. Depuis un peu plus d'un an, nos collections sont exposées dans les Brussels Houses de Barcelone et de Milan. En novembre dernier, à Barcelone, nous avons participé à un événement pour présenter nos collections. C'est une très belle opportunité pour explorer de nouveaux horizons. Sur place, les équipes ont réalisé un travail formidable. Les marchés espagnols et italiens nous intéressent beaucoup.

LE CIRCUIT-COURT, C'EST ÉGALEMENT UNE VALEUR ESSENTIELLE POUR SAVVY INTERIOR ?

Nous travaillons localement dès que c'est possible. Notre entreprise a des valeurs fortes, liées à l'environnement. Si l'on regarde en arrière, force est de constater que nos générations et celles de nos parents ont beaucoup pollué en peu de temps. Que laisserons-nous aux jeunes générations? Le sens d'une entreprise comme SAVVY vise clairement à dépolluer, recycler et valoriser les déchets. Nous puisons dans des gisements locaux de matières premières. Au centre du développement de notre projet, se retrouvent toute une série de valeurs qui m'ont été transmises au niveau familial. J'ai grandi dans une famille nombreuse où nous étions amenés à être inventifs et débrouillards. L'écologie était au centre chez nous.

ET DEMAIN, COMMENT VOYEZ-VOUS LE DÉVELOPPEMENT DE L'ENTREPRISE ?

L'idée est de continuer à exercer notre activité dans le même esprit que celui qui nous anime aujourd'hui, de développer la visibilité de SAVVY et d'attirer l'attention de nouveaux clients en Belgique mais aussi en Europe. Nous sommes convaincus de la vraie nécessité de consommer le plus proprement possible, même s'il est évident qu'il y a encore du chemin à parcourir pour conscientiser chacun à ne pas acheter des meubles de piètre qualité.

Enfin, je souhaite que nous restions une entreprise à taille humaine qui développe une vraie approche pédagogique et qui veille à la transmission des valeurs qui sont les nôtres. Pour de meilleurs lendemains...

<https://savvy-interior.be/>



30

FAUT
QU'ÇA
SE FÊTE!



LE BUREAU INTERNATIONAL JEUNESSE

A 30 ANS

Par Nadia Salmi

Trente ans, c'est la belle vie : encore la jeunesse, déjà la maturité. **Un anniversaire symbolique**, à l'image de celui du **Bureau International Jeunesse**, qui fête trois décennies d'engagement au service des jeunes et de la mobilité. Portrait.

Tout commence il y a 30 ans. Avec un constat : l'école ne suffit pas à préparer les jeunes au monde qui s'ouvre à eux. L'époque est alors à l'élargissement de l'Europe et à la multiplication des échanges internationaux. Il faut en profiter, sortir de sa zone de confort, tenter l'aventure ailleurs. Mais comment, si l'accès à la mobilité reste inégal ? Sans les bons réseaux, les moyens financiers ou les jolis diplômes, les opportunités sont limitées. Une situation qui pousse la Fédération Wallonie-Bruxelles à la réflexion... Et si on créait une structure qui accompagne, informe et finance les jeunes venant de tous horizons ?

L'OBJECTIF

L'idée défendue ici : donner les mêmes chances aux étudiants, travailleurs, demandeurs d'emploi ou en reconversion professionnelle. Ce qui compte, c'est le projet. Car la mobilité internationale n'est pas un privilège mais un droit. Et ce droit, le **Bureau International Jeunesse (BIJ)** va s'atteler à le défendre sans relâche au cours des trente années qui suivent. Au total, dix programmes seront mis sur pied. Parmi eux : échanges solidaires en Afrique (Axes Sud), séjours de formation ou de job au Québec, Erasmus+ ou encore Artichok... À chaque fois, le credo est le même. Chaque bénéficiaire doit pouvoir apprendre autrement. Par l'action, la rencontre et le voyage. Car partir, c'est découvrir l'autonomie, gérer le stress ou encore appréhender d'autres modes de

communication. Autant de compétences indispensables dans le monde professionnel et citoyen. « Il s'agit clairement d'éducation non formelle : on y forge autant le savoir-faire que le savoir-être », explique **Laurence Hermand**, directrice du BIJ. « Dans un monde en mouvement, cette capacité à s'adapter et à penser plus large est devenue essentielle. À diplôme égal, les employeurs le constatent : les jeunes qui ont mené un projet à l'international s'intègrent plus vite, communiquent mieux et innovent davantage ».





DES EXPÉRIENCES QUI LAISSENT UNE TRACE

Aujourd'hui, de nombreux récipiendaires du BIJ ont connu de beaux parcours... C'est le cas du chanteur Saule, mais aussi du metteur en scène Franco Dragone ou encore de Vincent Zabus, scénariste de bande dessinée. Tous trois ont aiguisé leur regard artistique en étant soutenus par le BIJ. La grande majorité des participants est restée anonyme. Mais leurs parcours, leurs engagements et leurs témoignages comptent tout autant : ils disent l'impact concret et fondateur de ces moments de vie. « Grâce à mon volontariat *Bel'j* et mon séjour en Irlande avec *Tremplin Langue*, j'ai pu développer en 2024 mes compétences en communication digitale, en gestion de projets et en langues (anglais et néerlandais) », raconte **Zala Ngita Ngonde**. « Ces expériences m'ont permis de créer un réseau professionnel en Belgique et à l'étranger ». Autres programmes, même sentiment positif pour **Boris Engels**. Grâce à *Artichok* et *Entrechok*, le jeune homme a pu développer son réseau à l'étranger et collaborer sur des projets artistiques d'envergure. Il confie : « Le BIJ a également été un partenaire clé dans certaines initiatives, notamment lors d'un échange au Canada avec R.O et Konoba, où nous avons composé un morceau avec des artistes autochtones. Nous avons pu ensemble prouver que des tournées exclusivement réalisées en transport en commun étaient possibles en Europe. Ces expériences ont marqué des tournants majeurs dans ma carrière : sans ces soutiens, beaucoup de projets n'auraient pas pu voir le jour. Aujourd'hui encore, les impacts de ces collaborations se font sentir dans mon travail quotidien ». Le constat vaut aussi pour **François Poull** qui a traversé plusieurs fois l'Atlantique pour présenter en 2009 le *Poulball* dans les universités et écoles québécoises. Un projet original, soutenu par le BIJ, qui a fait des petits. En effet, il a permis de former plus de 500 enseignants québécois en éducation physique et de créer des outils pédagogiques inclusifs en anglais et en français, notamment pour les élèves à besoins spécifiques. « Un partenariat commercial a également été conclu pour distribuer le matériel sur place avec l'appui d'une entreprise locale », précise-t-il. « Des contacts réguliers sont encore tissés avec les conseillers pédagogiques sur place dans la recherche d'amélioration de nos systèmes éducatifs respectifs, principalement autour de l'inclusion, la différenciation et de l'éducation au numérique ». Pour **Ismaël Diallo**, l'expérience BIJ est vécue comme un déclencheur d'engagement citoyen. « C'est en prenant conscience de l'impact positif que les projets du BIJ ont eu sur moi, et des bienfaits qu'ils peuvent apporter à d'autres jeunes, qu'avec mon ami Abdollah, nous avons décidé de créer "Génération Future" ». Objectif de cette asbl : faire passer des messages qui parlent vraiment, parce qu'ils viennent de personnes qui partagent les mêmes réalités. Un projet porteur d'un message fort : une jeunesse qui se mobilise d'autant plus lorsqu'elle se reconnaît dans celles et ceux qui prennent la parole.

Le BIJ en trois chiffres

170.000

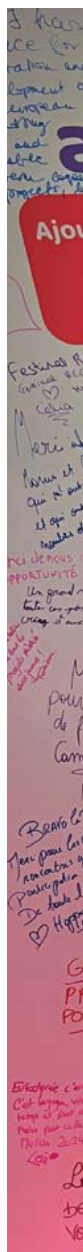
jeunes accompagnés ou financés depuis sa création.

10

programmes de mobilité et d'engagement (volontariat, échanges, formation, emploi et création artistique).

50

pays touchés par les projets BIJ.



Chana Pereira Alves a bénéficié du programme Axe Sud pour un échange de jeunes autour de la danse au Bénin, avec 3 autres filles et l'association Dynamo International. « *J'ai appris à prendre ma place ainsi que connaître mes forces et mes limites* », dit-elle. Grâce aux programmes Erasmus+ et au soutien précieux du BIJ, la MJ Bakayaro, située au cœur de Schaerbeek, a pu offrir aux jeunes des expériences uniques d'apprentissage et d'ouverture culturelle. « *Ces dernières années, nous avons réalisé plusieurs échanges en Espagne et en Italie. Un de ces projets de coopération nous a permis de créer un jeu de société sur les fake news, avec plus de 60 professionnels des 3 pays partenaires. L'objectif est de donner aux jeunes des outils pour analyser l'information, vérifier leurs sources, comprendre les mécanismes de manipulation en ligne et éviter les dérives vers les discours extrêmes* », souligne **Yassin Bahri**.

DU CÔTÉ DES ANIMATEURS, LE MÊME CONSTAT

Sur le terrain, les animateurs jeunesse soulignent eux aussi l'impact concret du BIJ. À la Maison de jeunes La Baraka, **Pierre Boulangé** a mené de nombreux projets, tant personnels que collectifs, grâce au soutien du BIJ. Il insiste sur la richesse et la diversité des formats, du Mini-Mob aux échanges internationaux, et sur ce qui reste, au-delà du voyage: l'émancipation des jeunes, le développement de leur autonomie et une conscience écologique renforcée. Amoureux de la nature et de la découverte, il a pu transmettre aux jeunes une autre manière de voyager, plus responsable et plus consciente.

Même son de cloche du côté d'**Ermeline Jourquin**, engagée depuis 2015 dans des projets d'échanges avec les scouts de Lessines. Année après année, ces expériences ont permis aux jeunes de travailler sur des thématiques essentielles (environnement, relations humaines, démocratie) tout en tissant des liens durables avec des jeunes d'autres pays. Des projets qui, sans l'accompagnement du BIJ, n'auraient tout simplement pas vu le jour, et qui participent pleinement à l'ouverture au monde et à la construction citoyenne des jeunes.

<https://www.lebij.be/>

© BIJ



Et demain ?

À l'horizon 2026, le BIJ fusionnera avec l'AEF-Europe sous une nouvelle bannière, tout en poursuivant la même mission : faire de la mobilité internationale un outil d'apprentissage, d'insertion et de citoyenneté. Trente ans après sa création, le BIJ continue de défendre une conviction forte : apprendre autrement, c'est aussi apprendre à devenir soi-même.



INNERG

UN NOUVEAU PROGRAMME
POUR ACCOMPAGNER LES
JEUNES VERS LES MÉTIERS DES
ÉNERGIES RENOUVELABLES ET
DE L'EFFICACITÉ ÉNERGÉTIQUE

Par Laurence Briquet

Face à l'urgence climatique et aux profondes mutations du marché de l'emploi, la transition énergétique apparaît de plus en plus comme un levier majeur de développement économique et social. C'est dans ce contexte que le **programme InnerG** a été lancé en novembre dernier à Tanger, au Maroc, **avec le soutien de l'APEFE**. Cette initiative ambitieuse vise à **accompagner les jeunes Marocains** vers les métiers des **énergies renouvelables**, de l'efficacité énergétique et de la décarbonation des entreprises, tout en répondant aux besoins croissants du tissu économique local.

L'urgence climatique est une réalité, au même titre que la nécessité de soutenir l'employabilité des jeunes. Réunir les deux composantes était donc un défi de taille. C'est dans ce contexte qu'est né, en novembre dernier, le **programme InnerG**, à Tanger, au Maroc.

InnerG est né d'un partenariat entre l'**IFMERE**, l'**Institut de formation aux métiers des énergies renouvelables et de l'efficacité énergétique**, et l'**APEFE**, avec le financement de l'**Agence wallonne de l'Air et du Climat (AWAC)**. Il s'inscrit dans la continuité des actions menées par la coopération Wallonie-Bruxelles en faveur de l'insertion socio-économique durable, tout en intégrant pleinement les enjeux climatiques et énergétiques contemporains.

AU CROISEMENT DE L'EMPLOI ET DE LA TRANSITION ÉNERGÉTIQUE

InnerG poursuit un double objectif : renforcer l'employabilité des jeunes et soutenir la transition énergétique du Maroc. Concrètement, le programme entend développer à la fois des compétences techniques pointues dans les domaines des énergies renouvelables et de l'efficacité énergétique, et des compétences entrepreneuriales afin de favoriser l'émergence d'une nouvelle génération de professionnels capables d'innover, de créer de la valeur et de répondre aux défis climatiques.

La première phase du programme, prévue pour la période 2026-2027, sera déployée dans la région Tanger-Tétouan-Al Hoceima. L'IFMERE de Tanger jouera un rôle

central en tant que pôle-pilote, chargé de capitaliser les premières expériences, de structurer les bonnes pratiques et de poser les bases d'un modèle reproductible à l'échelle nationale.

UN LEVIER STRATÉGIQUE

Lors du lancement officiel, en présence de représentants institutionnels, d'acteurs économiques et industriels, mais aussi de jeunes talents souhaitant contribuer à un avenir durable, le président du directeur de l'IFMERE S.A., **Achraf Elyahyaoui**, a souligné la portée stratégique d'InnerG. Plus qu'un simple programme de formation, InnerG incarne, selon lui, un engagement collectif en faveur d'une transition énergétique juste et inclusive, capable de créer des opportunités concrètes pour la jeunesse marocaine.



Lancement officiel du Programme InnerG à Tanger, au Maroc, en novembre 2025
© Min Ajliki

Dans un pays qui a fait, sous l'impulsion du Roi Mohammed VI, des choix audacieux en matière d'énergies renouvelables, le développement de nouvelles compétences apparaît comme une condition indispensable au succès des politiques publiques. La montée en puissance des filières solaire, éolienne et de l'efficacité énergétique exige des profils qualifiés, capables d'accompagner les entreprises dans leurs démarches de décarbonation et d'optimisation énergétique. Et qui mieux que la jeunesse peut se lancer dans un tel défi pour le pays ?

InnerG se positionne ainsi comme un outil opérationnel au service de ces ambitions nationales, en mettant à disposition des entreprises marocaines des ressources humaines formées, tout en stimulant l'innovation et l'initiative privée dans les secteurs liés à la durabilité.

LA COOPÉRATION WALLONIE-BRUXELLES AU CŒUR DU DISPOSITIF

Pour la **Déléguée générale Wallonie-Bruxelles au Maroc, Chiraz El Fassi**, InnerG marque une évolution significative dans l'action de l'APEFE. Tout en poursuivant son engagement historique en faveur de l'insertion socio-économique, l'agence oriente désormais une partie croissante de ses interventions vers la transition énergétique et le développement durable.

Le programme s'inscrit directement dans les objectifs de développement durable des Nations unies, en particulier l'ODD 7 qui vise à garantir l'accès de tous à une énergie propre, fiable et abordable. En renforçant les compétences locales et l'offre de services dans les domaines de l'efficacité énergétique et des énergies renouvelables, InnerG contribue à la fois à l'emploi des jeunes et aux engagements climatiques du Maroc.





COOPÉRATION INTERNATIONALE

Le soutien financier de l'AWAC illustre, quant à lui, la volonté de la Wallonie de partager son expertise en matière de climat et d'énergie, tout en soutenant des projets à fort impact social et environnemental à l'international.

DES TRAJECTOIRES INDIVIDUELLES AU SERVICE D'UN PROJET COLLECTIF

Au-delà des cadres institutionnels, InnerG prend tout son sens à travers les parcours individuels qu'il accompagne. Lors de la cérémonie de lancement, de nombreux jeunes talents étaient présents, à l'image de Myriem, une jeune Tangéroise désireuse de construire son avenir dans les métiers de la transition énergétique.

À l'IFMERE, Myriem a découvert un univers fait de rigueur, de précision et de maîtrise technique. « Elle a appris le langage des watts, des circuits et des schémas », raconte **Pascal Montois**, directeur de programme Wallonie-Bruxelles au Maroc. Mais au-delà des compétences techniques, la jeune femme y a aussi développé une culture de l'innovation et de l'entrepreneuriat, nourrissant désormais le projet de créer sa propre entreprise active dans la décarbonation et l'efficacité énergétique.

FORMER AUJOURD'HUI POUR TRANSFORMER DEMAIN

À travers InnerG, la coopération Wallonie-Bruxelles, l'IFMERE et l'AWAC démontrent qu'il est possible d'articuler formation, emploi et transition écologique dans une approche cohérente et inclusive. En misant sur la jeunesse, l'innovation et les compétences locales, le programme contribue à préparer les économies de demain, tout en répondant aux enjeux climatiques globaux et en renforçant la coopération technique et institutionnelle entre le Maroc et la Belgique. Concrètement, c'est former aujourd'hui pour transformer demain.

Rappelons qu'en novembre dernier, à l'occasion de la COP30, la Wallonie avait annoncé un financement de 13 millions d'euros pour 2026 afin de soutenir les pays les plus vulnérables face aux impacts du changement climatique.

Ce nouveau programme wallon ouvrira des pistes concrètes de collaboration, bilatérale ou via des fonds multilatéraux, avec l'APEFE comme partenaire opérationnel.

Enfin, dans un contexte où la transition énergétique ne peut réussir sans femmes et hommes formés pour la porter, InnerG s'impose déjà comme un catalyseur d'opportunités, au service d'un avenir plus durable pour le Maroc et au-delà.

<https://www.apefe.org/>
<https://awac.be/>



Par Jacqueline Remits

INTOPIX, LA SOCIÉTÉ WALLONNE QUI RÉVOLUTIONNE LA COMPRESSION D'IMAGES VIDÉO DEUX FOIS PRIMÉE À HOLLYWOOD



Gaël Rouvroy reçoit le Engineering, Science & Technology Emmy Award pour intoPIX en 2025, déjà récompensée d'un premier Emmy en 2014
© intoPIX

La société **intoPIX**, basée à Mont-Saint-Guibert, **spécialisée dans les solutions innovantes de compression optimisée d'images et de transport vidéo** en temps réel, vient d'être récompensée par un deuxième **Emmy Award à Hollywood**. Sa technologie révolutionnaire, utilisée pour la diffusion d'images en direct, notamment lors de grands événements sportifs télévisés, est aujourd'hui **adoptée dans le monde entier**.

Pour **intoPIX**, tout commence en 2006, lorsque **Gaël Rouvroy**, ingénieur de formation, spécialisé dans la compression d'images et de vidéos, transforme deux douzaines de puces en une seule, en créant le premier décodeur numérique pour le cinéma. Depuis lors, l'entreprise, au départ spin-off de l'UCLouvain, invente, crée et fait progresser la prochaine génération de compression d'images. « *Aujourd'hui, plus de 60 % des salles de cinéma dans le monde utilisent notre technologie* », souligne Gaël Rouvroy, cofondateur, CEO et directeur de la technologie d'intoPIX. L'entreprise est guidée par quatre principes fondamentaux qui définissent tout ce qu'elle fait : simplifier la connectivité, diminuer les coûts et réduire la consommation d'énergie, améliorer la qualité d'image avec une latence imperceptible, et gérer des volumes de pixels toujours plus importants. Grâce à cette approche unique, elle fournit un accès plus rapide et facile aux technologies émergentes.

RÉCOMPENSÉE PAR HOLLYWOOD

En 2014, intoPIX reçoit un premier Emmy Award de la technologie et de l'ingénierie pour son travail de normalisation et de production de la norme JPEG 2000 sur les réseaux IP, appliquée aux productions audiovisuelles en direct, en particulier lors des Jeux olympiques d'hiver 2010 à Vancouver au Canada. Les Emmy Awards, décernés à Hollywood, comptent parmi les distinctions les plus prestigieuses du monde de la télévision, notamment dans leurs catégories techniques.

Parallèlement, intoPIX développe également des technologies innovantes dans le domaine de l'imagerie, notamment au plus près des capteurs de caméra. En compressant les flux de données très tôt dans la chaîne de traitement de l'image, ces solutions permettent de réduire la quantité de données à transmettre, la consommation d'énergie et le besoin de stockage, tout





| L'équipe d'intoPIX © intoPIX

en préservant une qualité d'image élevée. Ces technologies ne cessent d'évoluer au fil des années. « A l'époque, on parlait de plusieurs dizaines de millisecondes pour retransmettre une image d'un stade vers un studio », précise **Jean-Baptiste Lorent**, directeur marketing d'intoPIX. « Aujourd'hui, on est passé sous la milliseconde, avec des délais devenus imperceptibles pour l'œil humain ».

En 2015, intoPIX lance, avec le comité JPEG au sein de l'ISO, une nouvelle norme, JPEG XS, une norme de compression révolutionnaire qui transforme les médias et la diffusion audiovisuelle. Ces travaux conduisent aux premières démonstrations de ses technologies dès 2018, puis à la présentation de ses solutions au CES (Consumer Electronics Show), le salon mondial des technologies et du numérique à Las Vegas, en 2019. Il s'agit de la première technologie de compression internationale axée sur une faible complexité, une faible consommation d'énergie, une faible latence et une qualité sans perte. Aujourd'hui, intoPIX détient deux tiers de la base de brevets de cette technologie.

Les technologies d'intoPIX ont notamment été utilisées dans le cadre des efforts de la

télévision nationale japonaise (NHK) pour la diffusion des Jeux olympiques de Tokyo de 2020 en ultra-haute définition 8K. En 2024, l'entreprise a également reçu le Prix de la Technologie et de l'Innovation décerné par Vision Systems Design. « Chez intoPIX, la recherche et l'innovation sont profondément ancrées dans notre ADN », reprend Gaël Rouvroy. « Depuis le début, nous repoussons sans cesse les limites de la compression d'images et de vidéos, une démarche reconnue par de nombreuses distinctions internationales ».

UN DEUXIÈME EMMY AWARD

En 2025, intoPIX est récompensée d'un deuxième Emmy Award pour son travail de pionnier dans la création de JPEG XS. Ce prix lui est décerné pour sa contribution à la mise en place d'une compression de haute qualité à ultra faible latence, qui redéfinit la façon dont le monde transporte et vit la vidéo. Cette technologie présente un équilibre unique entre rapidité, qualité d'image et efficacité énergétique. Elle est utilisée pour l'envoi d'images en direct, notamment lors de grands événements sportifs. On le sait, envoyer des images avec son ordinateur ou

son smartphone peut prendre du temps en raison de la quantité de données à transmettre. « Pour les professionnels, ce temps est précieux, notamment pour les directs télévisés. La solution repose sur une compression intelligente, qui allège le flux de données et permet une transmission plus rapide, sans dégrader la qualité de l'image. L'enjeu est donc de pouvoir transporter des images de très haute qualité, en temps réel, sans saturer les réseaux, tout en limitant la consommation d'énergie ». C'est une technologie de ce type, développée par intoPIX, qui a été récompensée d'un Engineering, Science & Technology Emmy Award, remis par l'Académie de la télévision américaine. « C'est une compression à faible consommation énergétique et sans délai », détaille Jean-Baptiste Lorent. « Elle est utilisée pour

de la transmission vidéo, de sorte qu'on ne ressent pas de décalage, comme on peut parfois entendre 'goal' à la radio et voir le but plusieurs secondes plus tard à la télé. Ici, on est sous le millième de seconde ». Pour l'entreprise brabançonne, cette récompense hollywoodienne est une validation technologique et industrielle de ses innovations. Déjà active à l'international depuis ses débuts, l'entreprise voit toutefois ces deux Emmy Awards renforcer encore sa visibilité et sa crédibilité sur les marchés mondiaux. « Cette distinction confirme la maturité et la pertinence de notre technologie, aujourd'hui largement adoptée par l'industrie télévisuelle américaine. Si nous avons reçu cet Emmy Award, c'est parce que nos innovations ont un impact concret sur les usages ».



Toujours en 2025, la société a également remporté le Best of Show Award à InfoComm 2025, le plus grand salon d'Amérique du Nord pour les professionnels de l'audiovisuel, pour sa nouvelle Titanium Software Suite. Cette suite logicielle a également été distinguée lors du NAB Show, en recevant un des prix du Produit de l'Année 2025 grâce à ses applications Titanium compatibles avec les normes SMPTE ST 2110 et IPMX. « Ces applications offrent une expérience vidéo de très haute qualité, avec une image transmise presque instantanément, un atout essentiel pour les événements en direct et la diffusion audiovisuelle. Elles réduisent la quantité de données à transmettre, ce qui les rend parfaitement adaptées aux studios en HD, 4K et même 8K ».

TECHNOLOGIE DÉVELOPPÉE EN BELGIQUE VENDUE DANS LE MONDE ENTIER

Grâce à son expertise unique au monde, intoPIX est devenu un acteur clé dans son domaine. « Depuis 2006, nous proposons une gamme complète de solutions software et hardware, dont le design et le développement sont réalisés en Belgique », souligne Gaël Rouvroy. « Nous sommes le seul fournisseur à offrir une solution de compression d'images et vidéos à faible latence pour les marchés des médias et du broadcast, du ProAV, de l'automobile, de l'imagerie embarquée et de l'électronique grand public. Nous exportons tout depuis la Belgique sur le marché mondial. Aujourd'hui, 99 % de notre chiffre d'affaires est réalisé hors Belgique, dont 85 % hors Europe, principalement en Asie et aux Etats-Unis. Parmi nos clients, Sony, Panasonic, Nikon, AWS, le service cloud d'Amazon ».

En travaillant avec des leaders de classe mondiale des différents marchés audiovisuels, l'équipe a introduit des technologies essentielles qui façonnent le monde actuel de la télévision, du cinéma et de l'électronique grand public. Ces technologies sont aujourd'hui utilisées par des géants des médias. NBC, la BBC ou encore France Télévisions y ont déjà eu recours lors d'événements d'envergure mondiale. Par exemple, pour

les retransmissions des épreuves des Jeux olympiques de Paris ou de la finale du Super Bowl. Mais les applications vont bien au-delà de la télévision et de l'audiovisuel en général. « Dans l'automobile (transmission instantanée de données visuelles), l'aérospatial, le médical (analyse en temps réel et sans latence), la sécurité, les télécommunications, les écrans et les caméras, mais aussi dans le secteur industriel (détection et réaction rapide, la vision industrielle) où on doit faire de la détection sans perte de latence, pour pouvoir très vite prendre des décisions », détaille Jean-Baptiste Lorent. « Cela peut aussi aider à diminuer la consommation de notre smartphone en compressant tout ce qui se passe en interne ».

Depuis ses débuts, intoPIX ne cesse d'évoluer et de grandir. En 2014, lors de son premier Emmy Award, l'entreprise employait 13 collaborateurs. Aujourd'hui, ils sont 45 et l'ambition est qu'ils soient deux fois plus nombreux d'ici cinq ans. « Ce qui importe le plus dans la gestion d'une entreprise performante, c'est d'avoir la meilleure équipe à bord et de fonctionner comme une unité », développe Gaël Rouvroy. « Chez nous, les personnes sont au cœur de l'entreprise. Nous travaillons collectivement à la mise en place d'objectifs et à la résolution des différents défis qui se présentent à nous. Notre objectif est de tripler notre chiffre d'affaires d'ici cinq ans ». Pour pouvoir assurer sa croissance, l'entreprise s'installe dans une nouvelle implantation aux locaux plus spacieux au cœur du LLN Science Park, toujours en Brabant wallon.

<https://www.intopix.com/>



Expositions Fondation Folon - La Hulpe

Organisée en étroite collaboration avec Kengo Kuma and Associates, cette exposition présentera une sélection de maquettes et de projets emblématiques de l'architecte, offrant en outre une expérience multisensorielle qui met en évidence la dimension sonore des matériaux. Lumière, transparence, durabilité, liens avec la nature : des thèmes chers à Folon qui trouvent dans le travail de l'architecte japonais un écho particulier.

EXPOSITION JIRO TANIGUCHI (17 OCTOBRE - FIN FÉVRIER 2027)

La Fondation proposera une exposition dédiée au célèbre mangaka Jirō Taniguchi (1947 - 2017). À la marge de la BD et du manga, Taniguchi est l'auteur de dizaines d'albums, dont le fameux *Quartier Lointain*, qui reçut en 2003 le prix du meilleur scénario au festival d'Angoulême. Organisée en étroite collaboration avec la Fondation Furari à Tokyo, les éditions Casterman et le bureau des copyright français à Tokyo, cette exposition, complètement inédite, présentera toute la diversité de l'œuvre de Jirō Taniguchi. De ses débuts dans les années 1970 vers son œuvre intime et poétique de la maturité, Jirō Taniguchi offre une vision sensible du monde qui nous entoure, entre visible et invisible.

www.fondationfolon.be

2026 marque les 160 ans de l'amitié belgo-japonaise, l'occasion pour la Fondation Folon de proposer deux expositions étonnantes d'artistes nippons majeurs, dont les œuvres trouvent une résonance particulière avec l'univers de Jean-Michel Folon.

EXPOSITION KENGO KUMA (18 AVRIL - 13 SEPTEMBRE 2026)

La Fondation s'éveillera aux créations contemporaines de l'architecte de renommée internationale Kengo Kuma.

Expo-Focus « Graver & Interpréter à la Haute Renaissance » - Domaine & Musée Royal de Mariemont



Jusqu'au 10 mai 2026, le Domaine & Musée royal de Mariemont et l'ULiège présentent « Graver & Interpréter à la Haute Renaissance ». L'exposition donne à voir le travail de l'artiste da Brescia qui a réalisé de nombreuses gravures dites d'interprétation, faisant ainsi circuler et connaître le travail de grands maîtres de la Renaissance ! Une quarantaine de gravures originales, mises aux côtés de reproductions, de sculptures et d'outils du graveur donnent à imaginer ce contexte foisonnant du 16^e siècle. Ces œuvres sont issues de grandes collections belges et françaises telles que Le Louvre, la BnF, la KBR et la collection Wittert (ULiège). Mariemont présente également une sélection de sculptures de sa collection d'antiquités.

www.musee-mariemont.be

Atelier d'Andrea Mantegna, d'après Andrea Mantegna,
Danse des Muses, après 1497, burin, Liège, Musée Wittert (inv. 9680) © Musée Wittert ULiège



© Domaine & Musée Royal de Mariemont, 2024

Le Domaine et Musée Royal de Mariemont reçoit le prestigieux label du patrimoine européen

La Commission européenne a décerné ce 25 février le label du patrimoine européen à 13 nouveaux sites, parmi lesquels le (seul) site belge du Domaine et Musée Royal de Mariemont. Le label du patrimoine européen (European Heritage Label - EHL) fait partie des initiatives phares du programme Europe Créative. Il reconnaît les sites qui ont marqué l'histoire, la culture et le développement de l'UE. Lancé en 2013, le label est décerné chaque année à de nouveaux sites. Cette année, la liste des sites est la deuxième plus longue jamais établie, ce qui montre l'importance croissante de la reconnaissance

culturelle. Cette distinction vient souligner l'engagement des lauréats en faveur de la sensibilisation du public, avec un accent particulier sur l'inspiration des jeunes publics, et vient, pour ce qui concerne Mariemont, saluer sa valeur européenne, son histoire pluriséculaire, la richesse de son patrimoine et le projet qui l'anime aujourd'hui. Un joyau de Wallonie désormais élevé au rang d'héritage culturel européen à (re)découvrir sans attendre.

Source: <https://www.wallonie-bruxelles.eu/fr/actualites/le-domaine-et-musee-royal-de-mariemont-recoit-le-prestigieux-label-du-patrimoine-europeen>

Les parcs scientifiques de Wallonie : un réseau stratégique au cœur de l'innovation européenne

La Wallonie dispose d'un réseau de sept parcs scientifiques, réunis au sein de Science Parks of Wallonia (SPoW). Ces parcs ont pour mission de soutenir le développement d'activités technologiques, en collaboration avec les universités et les acteurs du développement économique régional. Aujourd'hui, le réseau représente plus de 670 entreprises implantées, environ 15.300 talents et près de 80 spin-offs universitaires, pour une superficie totale de 600 hectares, dont environ 150 hectares encore disponibles.

Le réseau SPoW repose sur un modèle de gouvernance associant des agences de développement économique et des universités, qui favorise le lien entre la recherche académique, les entreprises et les territoires.

Les parcs scientifiques wallons mettent à disposition des entreprises des infrastructures adaptées à leurs besoins (incubateurs spécialisés, plateformes technologiques, laboratoires et équipements de pointe, connectivité avancée). Une charte de qualité commune encadre le fonctionnement des parcs, prévoyant notamment qu'au moins 80 % des occupants exercent des activités à caractère technologique. Les entreprises implantées dans les parcs scientifiques sont actives dans différents domaines, tels que les technologies de l'information et de la communication, l'ingénierie, les biotechnologies et les sciences de la vie, l'agroalimentaire, le développement durable ou l'aéronautique et le spatial. Ces domaines d'activité sont mis en avant dans la charte SPoW, qui souligne la vocation des parcs

à rassembler des acteurs technologiques complémentaires et à favoriser les synergies sectorielles.

Les parcs scientifiques jouent un rôle essentiel dans la création et la croissance d'entreprises technologiques, le transfert de connaissances entre universités et entreprises, l'accompagnement des entreprises et le rayonnement international de la Wallonie. Les parcs scientifiques wallons ne sont pas de simples zones d'activité. Ils constituent de véritables moteurs de l'excellence technologique régionale, où se croisent talents, entreprises, chercheurs et investisseurs. Ils sont un atout stratégique pour renforcer l'économie wallonne, attirer des projets internationaux, accélérer la transition technologique et façonner l'innovation qui portera la Wallonie dans les décennies à venir.

Source: <https://www.wallonia.be/fr/actualites/les-parcs-scientifiques-de-wallonie-un-reseau-strategique-au-coeur-de-linnovation-0>



Feel inspired



UN SENS DE L'ACCUEIL ET DE
L'**OUVERTURE** aux cultures

UNE QUALITÉ
DE VIE
exceptionnelle



DES UNIVERSITÉS
ET HAUTES ÉCOLES
de haut niveau

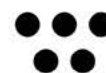
Une terre de
CRÉATIVITÉ
RECONNUE

6 **PÔLES DE COMPÉTITIVITÉ**
dans des secteurs-clés

DES DIPLÔMÉS
QUALIFIÉS
en grand nombre



Une recherche centrée sur l'
INNOVATION



Wallonia.be