Les nouveaux codes du luxe

RENCONTRE AVEC JEAN-POL PIRON, CHANTRE INSPIRÉ D'UNE CERTAINE IDÉE DE LA PERFECTION

Par/By Catherine Seiler • Photos : Brussels Exclusive Labels

Homme d'affaires bruxellois de renom, amateur d'art et de voitures anciennes, et président du BEL, Jean-Pol Piron est le porte-drapeau des valeurs chères au Brussels Exclusive Labels (BEL) telles que l'authenticité, le service, le savoir-faire ou l'excellence. Il arbore, avec une élégance et un raffinement toujours assortis d'un petit brin de folie, les signes du luxe bruxellois. Il défend avec passion les marques qui constituent l'ADN de ce label volontaire et multisectoriel, devenu une véritable référence en matière de luxe européen.

A la tête d'Aqua Design Studio, l'entreprise qu'il a créée au début des années 80 et qui se pose depuis comme la référence du secteur, Jean-Pol Piron fut le premier à faire entrer la salle de bains dans la chambre.

Ses designers « maison » tels Stella Cadente, Matali Crasset, Xavier Lust ou Jean-Philippe Nuel créent des modèles de baignoires exclusifs à la renommée internationale pour l'hôtellerie de luxe ou les particuliers.

Ce trend-setter, pur produit du surréalisme à la belge, acharné de travail et créateur de talents, met toute son énergie et son optimisme au service de la défense d'un luxe Made in Belgium.

CS - Qu'est-ce que le BEL ?

Le BEL se définit comme une grande famille, réunie sous les mêmes critères d'exigence. Notre association est issue de la Chambre du Haut Commerce des Industries d'Art et du Luxe qui vit le jour en 1937 sous l'impulsion d'une poignée de passionnés. Ce label de qualité est destiné à promouvoir une certaine idée de la perfection, de l'artisanat et surtout de l'excellence. Notre groupement a acquis une dimension internationale au fil des années, car nos maisons ont su faire évoluer l'image de leurs produits sans pour autant renier leur savoir-faire.

Tous nos membres sont animés par la même passion de création et de service. Beaucoup d'entre eux peuvent également s'enorgueillir du titre de « Fournisseurs de la Cour ». Nous revendiquons haut et fort l'exception du luxe belge souvent très original, voire inattendu dans son approche. Nous ne sommes pas la nation du surréalisme pour rien !

CS - Quelle est la particularité de ce luxe bruxellois ?

Pour les artisans du luxe que nous sommes, le luxe doit avant tout être fidèle à ses racines et à ses valeurs.

À l'heure où les repères sont de plus en plus difficiles à trouver, il semble que le luxe revienne tout naturellement à ses fondamentaux. Notre ADN, notre patrimoine, c'est avant tout l'élégance et le raffinement avec, toujours, cette petite touche de fantaisie si bruxelloise !

Membres du Brussels Exclusive Labels.

Brussels Exclusive labels Members.

Jean-Pol Piron, entrepreneur de génie et self-made-man.

A genius entrepreneur and self-made man.

REDIFINED LUXURY

MEETING WITH JEAN-POL PIRON, TIRELESS PROMOTOR OF A NEW IDEA OF PERFECTION

Renowed Brussels business man, art and antique cars connoisseur, and BEL's president, Jean-Pol Piron is the flag bearer of values dear to the Brussels Exclusive Labels (BEL) such as authenticity, service, expertise and excellence. He wears signs of Brussels Luxury with elegance and refinement but always with impulse. He passionately defends the brands that make up the DNA of this voluntary and multisectoral label that became a reference in European Luxury.

At the head of Aquadesign Studio, the company he founded in the early 80's and that is now an industry benchmark, Jean-Pol Piron was the first to bring the Bathroom into the bedroom. Its "house" designers including Stella Cadente, Matali Crasset, Xavier Lust or Jean-Philippe Nuel create exclusive models of bathtubs of international fame for the Luxury Hotel industry or for individuals.

This trend-setter, a pure product of Belgian surrealism, a hard-working and talented designer, puts all his energy and optimism to the defense of a Luxury Made in Belgium.

CS: What is BEL?

BEL is defined like a large family, united under the same requirement criteria. Our association comes from the Chamber of Upper Commerce of Art and Luxury Industries that was created in 1937 by a handful of passionate individuals. This quality label is intended to promote a certain idea of perfection, crafts and most of all excellence. Our group has acquired an international dimension over the years because our companies have been able to make their products image evolve without denying their expertise. All our members are driven by the same passion for creation and service. Many of them can show off a title of "Court Suppliers". We are loudly claiming the exception of Belgian Luxury, often very original even unexpected in its approach. We sure are the nation of surrealism!

CS: What is the peculiarity of the Brussels Luxury?

For us luxury craftsmen, Luxury must above all be faithful to its roots and values.

Nowadays references are increasingly difficult to find and Luxury seems to naturally return to its fundamentals. Our DNA, our heritage is first of all about elegance, refinement, always with this touch of fantasy, so typical of Brussels! A living proof: the latest - somewhat a bit off - communication campaigns of certain of our houses such as Dandoy or Delvaux. There is a nice interaction between our members that goes well beyond a conventional Co-branding.

CS: What is your vision of the brand?

The really good news is the strong return of the brand with a capital B!

The Brussels Luxury advocates the brand importance as a reference to the whole industry. A brand that has something to tell, without ostentation, far from empty glitter and bad taste! Our companies have understood that we had to return to the essence of luxury trade, such as the notions of service and quality while maintaining our authenticity.

A brand must expose its roots, be focused on humans, one must feel those enthusiasts who have always worked in design or in workshops.

This is what will create the urge to buy, to get some pleasure, to please others. In these economically turbulent times, we must certainly return to an era of pleasure, the pleasure to buy fine perennial objects, but also the pleasure to go back to the values of sharing and happiness.

Jean-Pol Piron et le journaliste sportif Pierre Van Vliet, co-fondateur du Club des v.

Jean-Pol Piron and the sports journalist Pierre Van Vliet, co-founder of the v club.

Les dernières campagnes de communication un peu décalées de certaines de nos maisons comme Dandoy ou Delvaux en sont la preuve vivante. Il existe une belle interaction entre nos membres, qui va bien au-delà d'un co-branding classique.

CS - Quelle est votre vision de la marque ?

La vraie bonne nouvelle, c'est le retour en force de la marque avec un grand M ! Le luxe bruxellois prône l'importance de la marque comme fer de lance de toute une industrie. Une marque qui a quelque chose à raconter, sans ostentation, loin du bling-bling et du mauvais goût ! Nos maisons ont compris que nous devions revenir à l'essence même du commerce de luxe, c'est à dire aux notions de service et de qualité, tout en gardant notre authenticité. Une marque doit transpirer ses racines, se baser sur l'humain, on doit sentir ces passionnés qui travaillent depuis toujours au design ou dans les ateliers. C'est cela qui suscite l'envie d'acheter, de se faire plaisir, de faire plaisir à l'autre. En ces temps tourmentés sur le plan économique, nous devons certainement revenir à une ère de plaisir, celui d'acheter de beaux objets pérennes, mais aussi à des valeurs de partage et de bonheur.

« Aujourd'hui, la vieille Europe a le blues, seules les marques fortes, celles qui font rêver tout en restant sur leurs racines et la beauté des choses, peuvent aider les gens à sourire, à respirer ».

CS - Comment rester compétitif à l'heure de la mondialisation et de la crise économique ?

Au 21e siècle, le luxe doit sans cesse se réinventer pour être compétitif. Or cette créativité permanente est sans doute l'un de nos meilleurs atouts. À Bruxelles, le luxe ose créer les tendances, il est à la fois confidentiel et worldwide, classique et créatif, traditionnel et avant-gardiste.

Ici, tradition, passion du métier et talent, les valeurs fondatrices du luxe, se conjuguent sans complexe avec innovation et créativité.

« Le luxe bruxellois cultive inlassablement ses contrastes pour toujours parvenir à susciter l'enthousiasme au fil des saisons ».

CS - Quelle est votre définition du luxe ?

Le luxe est une qualité de vie, une liberté avant tout. Le vrai luxe, ce sont nos racines européennes, c'est le temps, que l'on n'a plus, et l'espace, que l'on n'a pas toujours.

Mon luxe, c'est de savourer un bon café accompagné d'un petit speculoos Dandoy sur une terrasse du Sablon !

Entrepreneur de génie, ce self-made-man à la verve légendaire, insuffle depuis cinq ans un dynamisme extraordinaire au BEL et se singularise par sa vision positive de l'entreprise. Il n'a de cesse de rappeler à ses membres que c'est ensemble qu'ils permettront au business européen de sortir de la crise et de cette sinistrose qui gagne le monde. Avec lui, c'est tout le surréalisme belge qui se met au service du luxe.

Siège du club des v, situé au 280 Avenue Kersbeek à Bruxelles.

The v club headquarters, located at 280 Avenue Kersbeek in Brussels.

"Today, the old Europe has the blues: only strong brands, those that make us dream while remaining faithful to their roots and to the beauty of things, can help people smile and breathe".

CS: How do you stay competitive in the era of globalization and economic crisis?

In the 21st century, in order to stay competitive, Luxury must constantly reinvent itself. Now this continuous creativity is probably one of our best assets. In Brussels, Luxury dares to create trends.

It is both confidential and worldwide, classic and creative, traditional and avant-garde.

Here, tradition, work passion and talent - Luxury's founding values - are combined with innovation and creativity without complex.

"The Brussels Luxury tirelessly cultivates contrasts to always create enthusiasm season after season".

CS: What is your definition of luxury?

Luxury is a quality of life, and first of all, a freedom. The real luxury is our European roots, it is the time that we all run after, and space that one does not always have. My Luxury is to enjoy a good coffee with a small Dandoy Speculoos cookie on the Sablon terrace!

A genius entrepreneur, this self-made man with legendary energy has been injecting an extraordinary dynamism into BEL for five years and has differenciated himself thanks to his positive outlook of the company. He never ceases to remind his members that together they will drag the European business out of the crisis and away from the pessimism that grows worldwide.

Along with him, it's the whole Belgian surrealism that is in the service of Luxury.