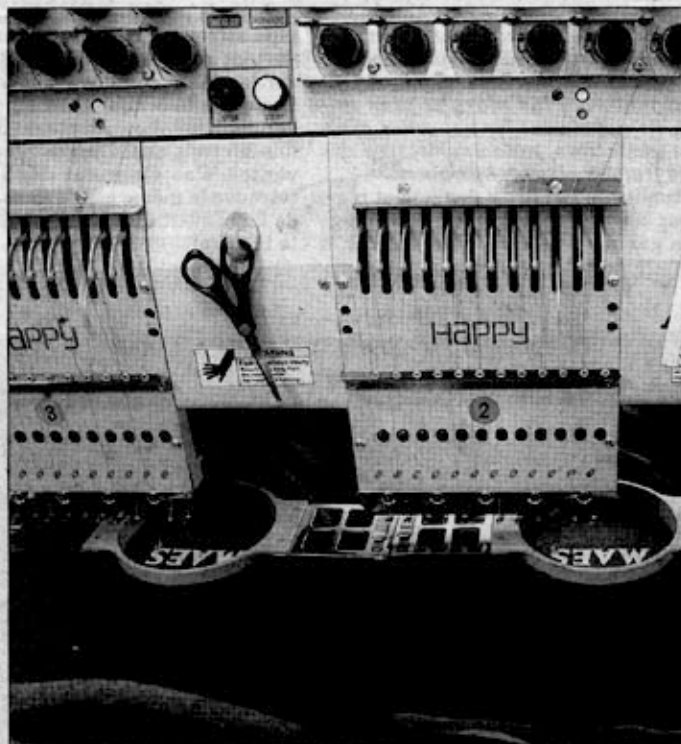


## Impressions namuroises

La société namuroise Quatrième Dimension s'est spécialisée dans l'impression et la broderie sur textile à vocation publicitaire. Une activité en pleine expansion ces dernières années.



PHOTOS JÉRÔME HEYMAN

C'est l'histoire de deux étudiants adeptes du comptoir. C'est une histoire cousue de fil blanc qui laisse des impressions en tous genres. Le tout entrecoupé de pubs comme il se doit. Bref, c'est la 4<sup>e</sup> Dimension

### PORTRAIT

PAR LAURENT RAPHAËL

Ils sont bleus, rouges ou verts, ils se portent sur le dos ou sur la tête. Certains les arborent fièrement en public, d'autres ne s'en servent que pour bricoler ou faire du sport, d'autres encore les ont relégués depuis belle lurette au fond d'un tiroir de leur garde-robe.

"Ils", ce sont les vêtements promotionnels. Ces t-shirts, vestes, casquettes et autres accessoires vestimentaires frappés du logo d'une grande marque et que distribuent de délicieuses hôtesse au sourire charmeur et mécanique lors d'événements culturels, sportifs, ou de tout autre manifestation festive.

Parfois aussi, ils nous viennent plus modestement de commerçants de quartier soucieux de récompenser d'un petit présent leurs clients les plus fidèles. À moins, autre possibilité, qu'ils n'entrent dans la stratégie de communication interne d'une entreprise, qui cherche à travers la distribution d'objets de ce type à s'assurer la bienveillance du personnel et à entretenir une culture d'en-

treprise. Qui fabrique tous ces articles labellisés? Des petites mains asiatiques? Pour ce qui est du support lui-même, c'est sans doute souvent le cas, mais pour la finition par contre, c'est-à-dire la broderie ou l'impression de motifs personnalisés, pas besoin de courir à Hongkong ou à Taïwan, le savoir-faire existe chez nous.

À Namur, on en sait quelque chose. Quatrième Dimension, une société spécialisée dans "l'impression et la broderie sur textile, les cadeaux publicitaires, les travaux d'imprimerie et l'infographie à destination des professionnels et des particuliers" comme l'indique la plaquette de présentation, est l'une des jeunes pousses les plus prometteuses de la capitale wallonne. Ses deux patrons viennent d'ailleurs d'être consacrés "Entrepreneurs namurois de l'année".

L'histoire de cette société n'est pas banale. Si l'on était dans le domaine de la nouvelle économie, l'image des deux

étudiants débrouillards bricolant dans leur garage un logiciel promis à un bel avenir, viendrait tout de suite à l'esprit.

Sauf qu'ici, le garage, c'est un bistrot. Et que leur activité s'inscrit non pas dans l'ère du numérique mais dans la tradition séculaire de l'industrie du textile. Ce qui n'empêche pas évidemment que des applications sur le Net soient également au programme (voir encadré).

Tout a commencé il a quelques années par la rencontre de François Bersez et Alain Jacques sur les bancs de l'université. Comme beaucoup de jeunes dans leur situation, ils se sont dégotés un petit job en marge de leurs études, histoire d'améliorer l'ordinaire. Hasard ou destin, c'est dans une entreprise de textile promotionnel qu'ils se retrouvent tous les deux.

Cette occupation ne dure pourtant qu'un temps. Les deux compères ont d'autres projets, et abandonnent rapidement cette activité. Ils conservent pourtant de cette expérience l'impression qu'ils pourraient eux aussi monter une entreprise du même genre. Mais dans l'immédiat, leur sens de l'initiative et une bonne connaissance des milieux étudiants de Namur les amènent à ouvrir un bistrot, nous sommes en 1995, baptisé "Le petit bitu 2". Une occupation nettement plus drôle et distrayante que la précédente. Et malgré tout déterminante pour la suite.

**Le chiffre d'affaires est passé de 16 à 45 millions en deux ans à peine**

Très vite en effet, le sentiment qui les avait effleurés à la fin de leur job d'étudiant leur revient à l'esprit. Ils décident alors de se lancer dans l'impression sur textile. Vu que les moyens sont limités, c'est le bistrot qui fait office de bureau. Tout le travail de fabrication est sous-traité. Les deux compères se focalisent dans un premier temps sur la clientèle qu'ils connaissent le mieux, de nouveau les étudiants. Des cercles d'abord, puis très vite des habitués du bistrot, et enfin des gens de toute la ville viennent les voir. À cette époque, la diversité n'est pas de mise, et

c'est l'impression sur t-shirt qui forme le gros de leur activité.

Le succès aidant, en 1998, François Bersez et Alain Jacques passent à la vitesse supérieure. Ils créent leur société, Quatrième Dimension, et investissent 21 millions dans l'achat d'un bâtiment et de machines. Le catalogue s'étend à l'impression sérigraphique s'ajoute la broderie, puis bientôt d'autres services, comme le lettrage de véhicules, puis la personnalisation des objets promotionnels les plus divers. Quand c'est possible techniquement, les commandes sont réalisées en interne, sinon, les associés se reposent sur des sous-traitants.

Deux ans plus tard, le pari semble gagné. De 16 millions pour les 18 premiers mois, le chiffre d'affaires est passé à 45 millions pour une durée équivalente à peine deux ans après. C'est qu'ils ont choisi un créneau porteur. Comme l'explique François Bersez, "le marché des cadeaux d'affaire et des vêtements promotionnels est un marché en pleine expansion. On estime sa croissance à 25 pc par an, dont la moitié pour le textile promotionnel seul".

Quatrième Dimension n'est pas un mastodonte du secteur, il fait partie des poids moyens. "Nous travaillons à façon et nous offrons des solutions sur mesure, précise le manager, nous privilégions la qualité, ce qui nous permet quand même d'assurer des commandes de 30.000 pièces, ce qui représente un mois de travail, comme nous avons déjà eu à le faire, notamment pour Pepsi."

Des commandes de 30.000 pièces, cela reste l'exception. Et même si des Levi's, Virgin, Mobistar, etc. figurent sur la liste de ses clients, c'est surtout aux PME que l'entreprise s'adresse. Des PME qui ont parfois des demandes originales. Comme ces 5.000 boas roses que 4<sup>e</sup> Dimension a dû trouver pour un client, ces 250 strings que la société a brodé pour un cercle d'étudiant, ou ces 18.000 paires de baguettes chinoises gravées pour un restaurant.

Quant au "petit bitu 2", ils l'ont toujours. Il a retrouvé sa fonction première d'estaminet. Peut-être sera-t-il un jour rebaptisé "Au seuil de la Quatrième Dimension" ?

### SUR LA TOILE AUSSI

■ Ce n'est pas parce qu'on travaille dans un secteur industriel qu'on reste nécessairement sourd aux nouvelles technologies. A fortiori quand, comme François Bersez, on est licencié en informatique. Quatrième Dimension a ainsi développé sur le Net ([www.4dimension.be](http://www.4dimension.be)) une série de services, à la fois pour les entreprises et pour les particuliers. Les clients business peuvent ainsi recevoir immédiatement les catalogues et propositions de la société via le Net, elles peuvent même se faire implanter sur leur propre site un catalogue sur mesure qui permettra aux filiales de commander au fur et à mesure de nouveaux vêtements. Quant au particulier, pour 800 francs, il pourra s'amuser à créer son propre t-shirt en ligne, qu'il recevra quelques jours plus tard par la poste. "Ce n'est pas une activité rentable, explique le manager, c'est juste un moyen de faire parler de nous." D'autres projets sont encore à l'étude, comme la possibilité de suivre en direct l'évolution d'une commande, ou la commercialisation d'objets divers, eux aussi personnalisables.