

FÊTE NATIONAL **E**
| 21 JUILLET |



LE PORTRAIT

SOPHIE HELSMOORTELE

« A BRUXELLES, NOUS CULTIVONS L'ÂME INDIVIDUELLE DE NOS MÉTIERS D'ARTISANS »

Celle qui dirige le concept store très classe "Cachemire Coton et Soie" à Ixelles depuis quelque 18 ans avec une passion jamais démentie est d'un naturel réfléchi. Et son efficacité passe plutôt par une discrétion avérée que des grands effets d'annonce et de manche. Quoique les manches fassent son affaire : Sophie Helsmoortel possède un amour immodéré pour la chemise bien confectionnée... Elle a d'ailleurs été la première à offrir en Belgique une sélection de chemises blanches, de cachemire italien extrêmement féminin, et de pantalons de flanelle.

Membre du BEL depuis plus de vingt ans, siégeant au conseil d'administration, elle s'est présentée à la fonction de la présidence lorsque le poste est devenu vacant : "La curation d'une femme apporte une autre vision, une alternance enrichissante. Je souhaite que le BEL soit mieux encore mis en avant, que nous puissions promouvoir le luxe bruxellois, le savoir-faire local, un service unique : c'est un atout précieux que possède Bruxelles par rapport à d'autres capitales où toute l'offre est uniformisée, où les Maisons se font racheter, où les rues commerçantes sont « mondialisées ». A Bruxelles, nous cultivons l'âme individuelle de nos métiers d'artisans, l'exclusivité de leur service", explique-t-elle. De sa formation de danseuse classique à l'opéra d'Anvers, Sophie Helsmoortel a conservé le sens

de l'exigence, la volonté d'atteindre ses objectifs, une patiente ténacité, et le goût du dépassement de soi, qui ont marqué toute sa trajectoire.

Ainsi, au moment de l'avènement de l'hyperconsommation des années 90, la jeune femme a pris le contrepied de cette tendance lourde et a développé tranquillement sa philosophie du *Less is more* à travers une sélection de basiques essentiels et sophistiqués, intemporels et durables. Au début des années 2000, Sophie Helsmoortel lance aussi sa marque : Blanc Kelly, hommage à la chemise blanche masculine réinterprétée pour qu'elle tombe parfaitement sur le corps féminin et à l'élégance de Grace Kelly. Blanc Kelly est entièrement conçue en Italie, jusqu'à la fabrication des tissus, pour garantir une très grande qualité de façon, et faire perdurer un savoir-faire.

Cachemire Coton Soie, la boutique de marques de niche haut de gamme s'est développée à la même époque et a trouvé immédiatement son public : celles et ceux pour qui la simplicité, la qualité et l'intemporalité forment le triumvirat d'une mode élégante. Aujourd'hui, sa boutique accueille une soixantaine de marques pointues, dont la sélection, souvent unique à Bruxelles, se suit et s'accorde de saison en saison.

L'HISTOIRE

AU DÉPART, UNE CHAMBRE SYNDICALE...

Fondée en 1937 par Armand Dachbeck et les fondateurs des maisons Leysen, Wolfers, Vanderborght, Delvaux, Sernaeels, Maison du Porte-Plume et De Geest parmi les plus prestigieux commerces de Bruxelles dans le commerce d'art et de luxe. Soucieuses de faire reconnaître leurs Maisons bruxelloises dans le domaine de l'artisanat, de la création, du produit d'excellence et de se rassembler pour faire perdurer une notion perfection, de service irréprochable, etc.

Au départ, elle s'appelait la Chambre Syndicale du Haut Commerce des Industries d'Art et de Luxe pour s'épurer plus tard en Chambre du Haut Commerce d'Art et de Luxe et devenir en 2006 le Brussels Exclusive Labels.

Désormais, ce sont 73 maisons bruxelloises qui sont réunies autour d'un label d'excellence.

■ EW

INTERVIEW EXPRESS

« LE BEL NE REPRÉSENTE PAS LE LUXE GLOBALISÉ, ET C'EST TANT MIEUX ! »

La présidente a répondu à nos questions avant de voguer vers une parenthèse estivale.

Une année après votre arrivée à la présidence, quel bilan tirez-vous ?

Mon premier objectif cette année était de revisiter l'image du BEL, la charte graphique et la dynamique globale. Mission accomplie avec un nouveau logo et un magazine qui permet de montrer notamment tous les métiers d'exception que comptent nos maisons et leur actualité au grand public.

La transmission est l'un de vos fers de lance, n'est-ce pas ?

Tout à fait. La transmission, elle se retrouve à

tous les niveaux : dans l'entreprise où il faut apprendre le métier aux plus jeunes, mais aussi dans la communication des valeurs vers le public. Aujourd'hui, il y a un gap entre les nouvelles générations et notre savoir-faire d'excellence.

Vous n'employez jamais le mot « luxe » pour qualifier le BEL...

C'est effectivement volontaire. Nous préférons utiliser les notions de savoir-faire, de métier d'art, d'excellence, de durabilité, d'exclusivité qui caractérisent davantage la philosophie des membres du BEL. D'abord, nous ne pouvons pas comparer Bruxelles à des villes comme Paris et Londres qui ont une concentration

de maisons de luxe dans des quartiers bien spécifiques comme New Bond Street, ou l'avenue Montaigne par exemple. On y retrouve les mêmes marques plus ou moins, le luxe y est globalisé. Nous voulons mettre en avant les différences de nos membres, leur diversité pour en faire une force.

Comment entre-t-on au BEL ?

73 maisons bruxelloises en font partie actuellement et nous allons en accueillir cinq autres prochainement. Les critères d'admission, c'est d'être installé à Bruxelles depuis plus de deux ans, de montrer un vrai savoir-faire et d'être le meilleur dans son secteur, avec une passion communicative.