

# COUTURIERS DES HOMMES DE DIEU

Habiller les prêtres est pour Slabbink une tradition vieille d'un siècle. Malgré la crise des vocations, cette PME brugeoise reste optimiste quant aux perspectives d'avenir.

On dit souvent qu'une entreprise atteint la maturité à la mort de son fondateur. L'héritier parvient à maintenir l'affaire. Le petit-fils, lui, dilapide rapidement le patrimoine. Cette pseudo-règle ne semble pas avoir cours chez les Slabbink. On en est, là, déjà à la quatrième génération de gestionnaires et, avec Mathias (trente ans, licencié en Droit de la KU-Leuven et MBA à Barcelone), entouré de son père Dirk (l'artisan-créateur) et de son oncle Marc (le gestionnaire), tout porte à croire que le seuil du troisième millénaire sera franchi en gardant encore un beau potentiel de développement, surtout sur les marchés internationaux.

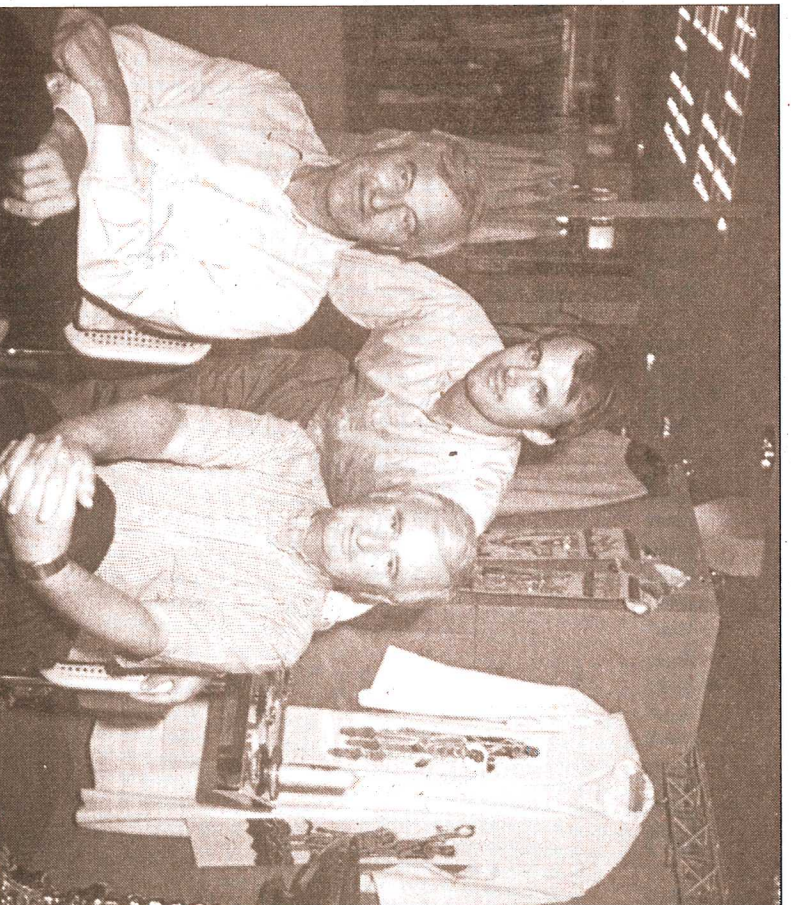
## "Vatican II a été une bénédiction"

Leader en Belgique et en Europe, les établissements Slabbink battent fermement les marchés étrangers, tout particulièrement aux Etats-Unis qui absorbent 40 pc de leur production. Mathias Slabbink : "Ce marché est vraiment très intéressant, surtout actuellement avec la montée du dollar".

Si Vatican II a profondément réformé une liturgie codifiée lors du Concile de Trente (1545-1563), les grands principes en demeurent inchangés. En matière de vêtements et d'ornements, les couleurs propres aux différents temps et fêtes de l'année liturgique restent les mêmes. Seul le noir utilisé lors des cérémonies funèbres a été écarté. Dirk Slabbink : "En fait, malgré les pires craintes, Vatican II a été une bénédiction pour nous, puisque la réforme liturgique nous a permis de donner libre cours à notre créativité. En plus de nouvelles lignes de chasubles, nous avons dessiné des calices, des ostensoirs et tabernacles ou encore des chandeliers. Nous nous adaptons aussi à l'évolution des églises chrétiennes, nous avons ainsi des lignes de vêtements adaptées au clergé féminin (luthérien, épiscopalien et anglican)".

## VENTE PAR CORRESPONDANCE

Il y a vingt-trois ans, la maison Slabbink quittait le centre historique de Bruges pour s'installer dans le zoning industriel situé le long de la voie rapide menant à Zeebrugge. A cet endroit, on trouve une surface de vente de 200 m<sup>2</sup> organisée à la manière de l'innovation ou de Marks & Spencer. A l'arrière a été bâti un vaste atelier de confection où travaillent quarante-neuf personnes, des femmes essentiellement. Marc Slabbink : "Même si le cadre du zoning n'est pas tout à fait adapté à notre type de produits, nous y avons par contre de nombreuses facilités de fonctionnement. Dans le centre ville, il n'y avait plus de possibilité de développement. Ici, l'accès par la route est plus aisé. Et puis, de nombreux prêtres viennent nous voir lors de leurs visites aux malades de l'Hôpital Saint-Jean qui se trouve à côté".



Dirk, Mathias et Marc Slabbink : création artistique et gestion pointue au service d'une clientèle très ciblée. (Photo Emmanuel Allier)

Slabbink n'a pas de contrat d'exclusivité avec les paroisses ou les diocèses. Néanmoins, un accord commercial est intervenu avec le Saint-Siège pour les festivités de l'an 2000. Mathias Slabbink : "Nous avons décroché une licence avec le Vatican qui nous permet de reproduire sur nos vêtements et ornements le logotype de l'Année Sainte : cinq colombes entrelacées sur un globe terrestre barré d'une croix. Nous avons obtenu cette licence après des négociations serrées avec le Comité del Grande Giubileo présidé par le cardinal Echevarry". A quel tarif?... Grand silence.

Chez Slabbink, il existe deux outils de vente : les magasins (ils sont plus de cent soixante dans le monde) et le catalogue. A l'image de la Redoute ou des 3 Suisses, l'entreprise brugeoise joue à fond la carte de la vente par correspondance. Chaque année, 250.000 exemplaires du nouveau catalogue sont mis en circulation. Cet outil de vente, disponible en six langues, est complété par une version destinée uniquement aux Etats-Unis.

Marc Slabbink : "Pour les photos de catalogues, nous faisons appel à des mannequins professionnels, même s'ils ne dérangent pas trop notre clientèle. De toute façon les vrais prêtres ne voudraient pas se prêter au jeu des séances de photos. Aux Etats-Unis, certains reproches ont été formulés à l'égard de nos catalogues, car les mannequins présents dans nos catalogues étaient tous de race blanche. Nous avons modifié la chose".

## SLABBINCK SPEED SERVICE

Si le stock est bien fourni, Slabbink est depuis longtemps un adepte du flux tendu. En cas de nécessité, les choses peuvent même aller très vite. Mathias Slabbink : "Avec le Slabbink Speed Service nous pouvons livrer outre-Atlantique en vingt-quatre heures. C'est au niveau de la rapidité et de la qualité du service que nous faisons la différence. Car il est difficile de rester concurrentiel sur un marché américain où le recours aux ateliers clandestins et la copie de nos créations permettent à d'autres de casser les prix".

La demande en vêtements et ornements liturgiques est très saisonnière. Pour permettre à son personnel de travailler toute l'année, Slabbink doit con-

vaincre ses représentants de compléter leur stock en saison basse. Cela permet de lisser quelque peu la production. On connaissait déjà les listes de mariage ou de naissance. Et bien il existe aussi des listes d'ordination. Les futurs prêtres et leur entourage peuvent ainsi choisir leur "trousseau" sur catalogue.

Marc Slabbink : "Outre les achats sur catalogue, les prêtres viennent dans nos magasins. Une séance d'essayage peut prendre une demi-journée. Souvent, ils viennent accompagnés : ils aiment avoir l'avis de leur entourage. Il arrive même que des prêtres, avant de faire leur choix, emportent certains habits pour les essayer dans leur église". En général, la garde-robe d'un prêtre est constituée d'une dizaine de chasubles. Chez Slabbink, les premiers prix commencent à 5.000 F, mais pour un ensemble "chasuble-étole de célébration", on tourne le plus souvent autour des 18.000 F. Mathias Slabbink : "Nous n'avons pas de problèmes de paiement avec nos clients. Les fabricants d'église qui gèrent les derniers des paroisses honorent les factures dans les délais. Par contre, nous devons nous méfier des sectes ou de certains particuliers douteux qui essaieraient de se fourner chez nous".

Avec le jeune Mathias, l'exportation est plus que jamais le credo des ateliers Slabbink : "Les Etats-Unis sont incroyablement pour nous. Là-bas, les églises sont généralement riches. Les paroissiens sont très actifs, ils achètent des ornements à l'attention de leurs prêtres et versent beaucoup d'argent à leur paroisse. Ces sommes peuvent être déduites de la feuille d'impôt. Je pense par ailleurs que l'Amérique latine sera très favorable à notre expansion. On assiste là-bas à une impressionnant boom économique. Nous comptons beaucoup y progresser, grâce notamment à notre site Internet. L'Afrique, par contre, a fortement reculé dans nos ventes. Dans le temps, tous les missionnaires venaient se fournir en masse lors de leurs congés, au mois d'août..."

## "Nous ne vendons pas des bouteilles de Coca Cola"

Que ce soit Marc, Dirk ou Mathias, tous trois fréquentaient assidûment leur paroisse respectives. Sincère conviction

ou désir de plaire au client ? Dirk Slabbink : "S'il s'agissait de visées commerciales, nous devrions fréquenter toutes les paroisses de Belgique. Dans ce métier, si on n'est pas convaincu soi-même, on ne peut pas continuer à travailler. Nous, nous ne vendons pas des bouteilles de Coca cola..."

Chez les Slabbink, on est très soucieux de l'image du clergé. Un prêtre bien dans sa peau, c'est bon pour l'Eglise, c'est bon pour Slabbink. Mathias Slabbink : "Nous souhaitons que les prêtres soient fiers de leur sacerdoce. Trop souvent, ils courent le dos et essaient de passer inaperçus. En Amérique, c'est tout différent, les prêtres s'affirment à l'extérieur, par exemple en portant des cols romains".

Des regrets, Dirk Slabbink en a lui aussi. "Personnellement, je regrette un appauvrissement de la liturgie. Ainsi, certains prêtres n'exécutent plus complètement les gestes liturgiques ou alors descendent de l'autel à toute vitesse. Il faut rendre à la liturgie toute son importance".

Et l'humour dans tout cela ? Dirk Slabbink : "J'apprécie beaucoup le travail de mes confrères de la haute couture, sauf quand ils se lancent dans la conception de vêtements religieux. Cour-règes et de Castel Bajac s'y sont essayés. Une vraie catastrophe. Ils se sont complètement trompés. Il n'ont aucun sens de la liturgie et aucune connaissance historique. J'ai par contre beaucoup apprécié la créativité déployée dans le défilé de mode ecclésiastique du film "Roma" de Fellini".

Reste un souci pour les Slabbink. Si la relève est assurée pour ce qui est de la gestion de l'entreprise, par contre, du côté de la fibre artistique, rien ne s'est encore manifesté parmi les représentants de la nouvelle génération. Mais il vrai que, parfois, une vocation peut se révéler tardivement...

Emmanuel ALLIER.

## ETATS D'ANIE

- Si vous pouviez changer quelque chose au cours de l'histoire, que choisiriez-vous ?
- Dirk Slabbink : "L'homme est doté d'une très grande intelligence, il aurait dû plus souvent l'utiliser pour éviter les guerres. Si je pouvais changer quelque chose, je voudrais que l'homme ait davantage de sagesse".

- Que redoutez-vous le plus ?
- Dirk Slabbink : "Qu'un jour l'Eglise dise que les ornements ne sont pas indispensables, comme ce fut par exemple le cas avec les missels. Dans les années soixante, après Vatican II, nous avions déjà, par précaution, entamé une reconversion vers la production d'articles décoratifs purement profanes. Heureusement, ce ne fut pas nécessaire".

- Quels souhaits pour les ateliers Slabbink ?
- Mathias Slabbink : "Que nos ornements contribuent à faire revenir les croyants dans les églises".

- Brugeois avant tout ?
- Marc Slabbink : "L'identité belge est très importante pour moi et je crois que la mort du roi Baudouin a révélé la réalité de cette identité. Nous sommes aussi de vrais Brugeois et je regrette que la jeune génération ne parle plus convenablement le dialecte".