





# Senya, la jeune marque qui veut mettre du design dans nos cuisines

C'est pas bien folichon. Dans le petit électroménager, la couleur qui marche, c'est le noir. Apporter du peps et du design aux appareils de cuisine, c'est le créneau de Senya, une jeune marque roubaisienne, qui après avoir prospéré avec les grands distributeurs veut faire sa propre sauce.

PAR MARC GROSCLAUDE

**ROUBAIX.** Pour comprendre la saga de Senya, il faut touiller l'histoire une quinzaine d'années en arrière. Jinli Bely débarque de Chine pour faire ses études à l'Edhec.

Une fois dans le grand bouillon du monde du travail, elle bosse d'abord dans l'industrie comme acheteuse de composants électroniques. Son job suivant : importer des cadeaux promotionnels pour la vente à distance. Mais le fouet électrique gracieusement donné aux clients fidèles de la vente par catalogue, « c'était très entrée de gamme ». Et même le degré zéro du design.

## DES DÉBUTS EN MARQUE DE DISTRIBUTEUR

C'est ce qui décide Jinli Bely à créer Senya en 2012, pour enfin proposer de beaux produits « avec de vraies fonctionnalités » et de qualité. Un pari risqué ? « Le petit électroménager, c'est un secteur qui ne connaît pas la crise. Chaque année, il est en croissance avec beaucoup d'innovations. On ne fait plus aujourd'hui du café

comme on le faisait il y a dix ou même cinq ans. Rien que pour ce produit, il y a 15 % de nouveautés chaque année. » Et Jinli Bely a voulu avoir sa part du gâteau.

“ **Le secteur du petit électroménager ne connaît pas la crise. Chaque année, il est en croissance avec beaucoup d'innovations.** ”

Mais dans un monde acquis aux grandes marques, comment ne pas se contenter des miettes ? « Il y avait déjà beaucoup d'acteurs sur le marché et nous n'avions pas la légitimité que nous avons aujourd'hui. »

Sauf en proposant des robots ou des machines à gaufres qui ne soient pas que des ustensiles pour faire les repas mais presque des objets de déco. Ses galons, l'entreprise les a acquis en travaillant en « MDD ». Sous la marque des distributeurs (Auchan, Boulanger, Electro Dépôt), Senya se met à monter toute une gamme d'articles, dans le domaine de la maison, de la beauté mais surtout dans la préparation



**Le blender cuiseur tactile, la machine à thé ou l'extracteur de jus font la prospérité de Senya, une petite entreprise roubaisienne montée par Jin li Belly.**

culinaire. Et la sauce prend ! Aujourd'hui, plus de 50 % des 2 millions d'euros de chiffre d'affaires proviennent de la vingtaine de références d'appareils conçus par Senya, à Roubaix. Une collaboration avec vingt fournisseurs, basés en Asie. Bien ; mais Jinli Bely veut plus. « Car pour les marques de distributeurs, on ne peut pas avoir beaucoup de créativité... »

#### **AVOIR SA PROPRE MARQUE**

Alors l'an dernier, sous sa marque, Senya commence par proposer une quinzaine de produits. Ses partenaires de la distri-

bution ne l'ont pas forcément vu d'un bon œil. Qu'importe. Les ventes sur Amazon, les sites e-commerce de Darty ou Intermarché décollent. « Ça cartonne ! » Le blender cuiseur tactile, la machine à thé ou l'extracteur de jus font la prospérité de la petite entreprise roubaisienne qui vient grignoter la part des grands de l'électroménager. ■



**SUR NOTRE SITE**  
Retrouvez notre article,  
notre galerie photo et une  
vidéo sur notre portail Voix du  
Nord Roubaix.

## Vers l'étranger

Jinli Bely ne se repose pas sur ses lauriers. Dans son métier, « il faut être innovant sinon on peut être vite remplacé ». Innover, inventer, concevoir, c'est le travail de l'équipe de huit personnes (designers, chef de produit, deux ingénieurs...) en poste dans le centre de Roubaix. Leur travail : de concevoir ces articles qui faciliteront plus encore la préparation culinaire demain. Et la tendance, « c'est la smart home, la maison où tout est connecté. C'est vraiment en train de venir ». Et la patronne y croit tellement qu'elle imagine doubler ses effectifs dans les deux ans et voit son chiffre d'affaires décoller. Pour dépasser les 100 000 objets vendus par an, Jinli Bely va devoir regarder à l'étranger. Déjà, 20 % de sa marchandise part à l'exportation en Italie, en Allemagne ou en Suède...

Mieux encore, dans les bureaux de Senya, on planche sur la gamme d'une future marque, Easy You, plus accessible et qui offrira « l'essentiel de la maison ». C'est le coup de feu dans la cuisine de Senya ! ■