



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

par Marc Grosclaude mgrosclaude@lavoixdunord.fr 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. 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 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 distribution 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 roubaissienne qui vient grignoter la part des grands de l'électroménager.