Presse écrite FRA

LA VOIX DU NORD

Edition : **16 fevrier 2026 P.38**
Famille du média : **PQR/PQD (Quotidiens régionaux)**
Périodicité : **Quotidienne**
Audience : **595743**



Journaliste : **-**
Nombre de mots : **344**

VOIXÉCO

L' écosystème de :

SENYA

Mathieu Thuillier - Infographie Sylvie Lefebvre

Date de création
2012

Nombre de salariés
18

Siège social





Chiffre d'affaires 2025 (en euros)
12 millions

Le pitch

Lancée à Roubaix, désormais basée à Wasquehal, Senya (qui veut dire élégance en chinois) est une marque française du petit électroménager astucieux, design et accessible.
« *De la cuisine au bien-être, on imagine des appareils qui simplifient le quotidien tout en célébrant l'art de vivre à la française* », promet Jinli Bely, la créatrice. Une belle success story, dans un marché très concurrentiel.

Le parcours

Le succès de Senya est intimement lié à l'histoire de sa créatrice. Fin des années 1990, Jinli Bely arrive de Chine pour faire ses études à l'EDHEC. Puis, diplôme en poche, elle bosse dans l'industrie comme acheteuse de composants électroniques.
Son job suivant, c'est l'importation de cadeaux promotionnels pour la vente à distance. Des produits « *très entrée de gamme* ». C'est ce qui la décide à créer Senya en 2012, pour enfin proposer des produits de qualité « *avec de vraies fonctionnalités* ». En 2012, Jinli Bely était seule à bord de sa petite entreprise.

La philosophie

Pensés pour durer, ses produits associent innovation utile, plaisir d'usage et esthétique épurée. Et ça plaît !
« *On a des retours très positifs sur la qualité, la simplicité d'utilisation et d'entretien.* »
La marque Senya est vendue en grande distribution et sur les principales plateformes de e-commerce (Amazon, Fnac, Cdiscount, Darty, La Redoute...).
Elle est aujourd'hui présente dans plus de 250 points de vente en France et à l'international.

Les perspectives

Après deux années difficiles, les voyants sont repassés au vert en 2024. « *On a remonté la pente.* » En 2026, la marque va recruter quatre collaborateurs. Quatorze personnes travaillent déjà dans les bureaux à Wasquehal et quatre en Chine. Elle va aussi lancer une nouvelle gamme, à côté de ses produits phares que sont la machine à thé, la cafetière, les presse-agrumes, les appareils à raclette et la bouilloire, avec écran tactile, meilleure vente de 2025 : 20 000 pièces ont été écoulées. Une machine à glace et un grille-pain sans bouton sont annoncés.

324764 - CISION 9426880700501

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle. L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.