



Un objet de collection à la croisée du magazine et du livre...

En 2016, Alexandra Hombergen - autodidacte engagée, alors active chez Edition Ventures où elle produisait entre autres les guides du magazine Elle - rachetait le magazine VILLAS Décoration. En tant qu'éditeur, elle lui a donné un souffle nouveau et en a fait un produit unique. Plus qu'un magazine, VILLAS est aujourd'hui devenu un véritable objet de collection élégant et inspirant, jouissant d'un rayonnement international. Ci-après, Alexandra revient sur l'évolution de ce magazine et, à travers lui, sur les enjeux et tendances dans le domaine de l'habitat.



Alexandra Hombergen

Le talent belge n'étant plus à prouver dans les domaines de l'architecture et du design dans le monde entier !

Créé par Raymond et Elisabeth Naumann par amour pour l'architecture contemporaine, le jardin et la photographie, le magazine VILLAS Décoration a su évoluer avec son temps. Depuis sa première parution en 1970, il est devenu emblématique en Belgique ainsi qu'en France, aux Pays-Bas et au Luxembourg. Racheté par Alexandra Hombergen en 2016, ce magazine d'environ 300 pages désormais trimestriel, produit en deux versions (français-anglais et néerlandais-anglais) et tiré à 40.000 exemplaires, se positionne aujourd'hui comme une référence certaine en matière d'architecture, de design, de décoration et d'art contemporain.

Alexandra, après avoir racheté le magazine, comment lui avez-vous donné un souffle nouveau ?

« Après une période de familiarisation, je n'ai commencé à apporter de grands changements qu'après un an. Alors qu'il n'existait qu'une version FR / NL, nous avons décidé de créer deux éditions l'une en français-anglais et l'autre en néerlandais-anglais, puisque nous sommes distribués en Belgique, mais aussi au Luxembourg, en France, aux Pays-Bas et un peu à Taïwan. Nous avons changé complètement la structure du magazine, et avons travaillé six mois à le remodeler notamment en le paginant. Bref, à le rendre plus clair, plus glamour, plus inspirant. Et surtout, nous sommes passés à partir de 2019 à quatre numéros par an au lieu de deux. Ce qui a eu un gros impact au niveau du chiffre d'affaires régie et des ventes en librairie. Enfin, nous avons aussi et surtout opté pour un contenu plus sexy, en gommant le penchant technique d'antan. Moins axé sur la déco que sur l'architecture contemporaine tant belge qu'internationale, nous avons aussi intégré de nouvelles rubriques, comme l'Art, Travel et aussi 'Patrimony' consacrée aux investissements – pas qu'immobiliers – et dédiée au patrimoine et à la façon de le gérer. VILLAS propose ainsi une vision à la fois locale, internationale et panoramique sur l'art, le design, la décoration et l'architecture. En d'autres termes : une immersion totale pour inspirer et séduire. »

Justement, qui voulez-vous inspirer et séduire ?

« Tant féminin que masculin (40% de nos lecteurs), le cœur de cible de nos lecteurs est constitué des cadres supérieurs très bien installés possédant une, voire deux ou trois propriétés en Belgique comme à

l'étranger, des attaches internationales ainsi qu'une grande ouverture et une complicité pour un certain art de vivre où luxe et élégance se confondent. Intéressés par le lifestyle comme marqueur social, notre lectorat est aussi intéressé par les investissements immobiliers et le marché de l'hôtellerie de luxe, il aime les conseils et investit (rénovations, matériaux, cuisines et salles de bains, terrasses et jardins, etc.), et suit activement les tendances du moment. »

Qu'est-ce qui fait la force de VILLAS ?

« Je dirais avant tout son offre ainsi que son sérieux ou son expertise indiscutable de même que son esprit chic et didactique. Sur un ton contemporain et audacieux, le magazine veut donner accès au meilleur du haut de gamme au niveau local et à l'international. Plus qu'un magazine, VILLAS se présente comme un objet de collection, un produit unique dont la qualité n'est plus à prouver. Passionnant et informatif, avec ses deux éditions dont l'anglais comme dénominateur commun, VILLAS traverse les frontières avec assurance en se positionnant en magazine international. Bien sûr, la Belgique, et surtout les Belges, restent au cœur même de l'âme du magazine tant au niveau du contenu éditorial que dans ses partenariats, le talent belge n'étant plus à prouver dans les domaines de l'architecture et du design dans le monde entier ! »

Quid de son développement à l'étranger ?

« Si le magazine est distribué à l'étranger (en France, au Luxembourg, aux Pays-Bas et même à Taïwan), la volonté de se développer sur des marchés clés où existent des liens forts dont l'Italie, est bien présente. Cependant, la pandémie a entraîné

une sorte d'arrêt sur image. Nous avons plutôt essayé de consolider ce que nous faisons et cela a très bien marché. Nous avons réalisé une année 2021 absolument folle, avec une augmentation de notre chiffre d'affaires de 23%, au niveau de la régie mais surtout des ventes en librairie. C'est donc un très bon signe. Nous verrons en 2022 ce qu'il sera possible d'envisager à l'étranger. Je nourris par exemple le projet de développer un VILLAS en Allemagne avec une régie allemande, avec des annonceurs allemands... Cela pourrait aussi être envisageable en Autriche, un pays riche économiquement mais pauvres en terme de choix de magazines. »

A travers le magazine, vous êtes idéalement placée pour observer le secteur de l'habitat. Quelles tendances décelez-vous dans celui-ci ?

« L'association nature et savoir-vivre a la cote. De même qu'une envie d'exception dans l'habitat, de marques emblématiques ou nouvelles avec une haute exigence de qualité et de produits à la fois luxueux et durables. Ou encore une ambition pour le beau et l'intemporalité en toute circonstance. Vivre maintenant, pleinement. Oser un habitat de rêve, actuel, pérenne, en toute saison. S'entourer d'amis proches et de professionnels. S'ouvrir perpétuellement sur ce qui nous entoure et laisser la créativité et l'allure habiter l'espace. »

Quels sont les futurs enjeux majeurs pour l'habitat ?

« Je pense que les gens veulent vivre de façon agréable, confortable et luxueuse. Mais on pense davantage aussi à tout ce qui est 'green'. Les marques réfléchissent elles aussi de plus en plus aux économies d'énergie,

que ce soit dans la construction de leurs machines, leurs matériaux, etc. Cet aspect 'green', nous en parlerons beaucoup l'an prochain dans VILLAS. Qu'il s'agisse des

matières, de l'isolation des maisons, de l'énergie solaire et même des jardins. Nous sommes en effet de plus en plus dans des réflexions de permaculture, de connaissances





plus poussées pour utiliser l'énergie de la nature et ne pas devoir utiliser des produits chimiques. Le respect de l'environnement dans lequel on vit devient l'enjeu pour nous tous et doit devenir notre responsabilité. Avec VILLAS, nous voulons aussi partir à la recherche des techniques et en parler afin que les gens aient des idées et surtout des références qu'ils ne connaissent peut-être pas encore. Précisément pour pouvoir vivre de façon plus saine. »

Parlons de l'impression du magazine, comment VILLAS a-t-il atterri dans l'escarcelle de Graphius ?

« En 2016, quand Graphius a repris Dereume Printing qui éditait VILLAS depuis ses débuts, Fabienne de Morteuil - avec qui je m'étais liée d'amitié lors de la production des guides du magazine Elle, notamment - m'a proposé de racheter le magazine. Poursuivre avec Graphius s'inscrivait ainsi dans la continuité.

Quelles relations entretenez-vous avec Graphius ?

« J'associe Graphius à Dereume Printing ainsi qu'à la famille Naumann, qui ont créé VILLAS en 1970. C'est grâce à eux que j'ai pu reprendre ce magazine, puisque c'est eux qui l'ont inventé. Etant quelqu'un d'extrêmement fidèle, à partir du moment où je suis contente d'un service et vu que tout se déroule parfaitement, je ne vois pas pourquoi je changerais d'imprimeur. J'entretiens d'excellents rapports avec Fabienne de Morteuil en qui j'ai une confiance absolue dans son analyse des choses. Je sais que lorsque la revue VILLAS arrive pour être imprimée, elle investit son énergie à 200% afin que tout se déroule de manière exceptionnelle. Et le résultat est toujours du même niveau, c'est-à-dire extrêmement bien imprimé, bluffant ! J'adore notre collaboration. Nous avons de très bons accords et il y a toujours une très grande confiance partagée. Outre

Je pense que les gens veulent vivre de façon agréable, confortable et luxueuse.

le respect mutuel, nous partageons le même genre de mentalité et sommes sur la même longueur d'onde quant à la façon de travailler. C'est donc une relation win-win. »

Quelles sont les spécificités ou contraintes en matière d'impression pour VILLAS ?

« Obtenir une telle qualité d'impression et de brochage prend évidemment du temps. Le brochage, par exemple, s'effectue avec une colle très puissante parce qu'il est inconcevable que la moindre page de VILLAS puisse un jour se décrocher. Le magazine est devenu pour certains un objet de collection et une source d'inspiration durable. Chaque semaine, nous recevons des demandes pour d'anciens numéros - que l'on retrouve d'ailleurs sur notre site web. Le papier a également évolué en cours de route. Je l'ai fait changer deux éditions après avoir racheté le magazine. VILLAS est désormais imprimé sur du papier premium Périgord Mat. Ce papier est en effet un peu mat, mais pas trop, et n'est pas grumeleux. Il fonctionne très bien avec les images d'intérieurs parce que le relief est bien visible. Le rendu est très bon et mes clients sont très contents quand ils voient sortir le magazine. Et moi aussi ! », conclut Alexandra Hombergen.



Villas Décoration, Ukkel, 230 x 300 mm, 224 p, Perigord Mat 115 g