

THE FLYING TAILOR

Met Belg Dominique Vindevogel op
maatpakkenjacht bij de jetset van Turkije

*DOMINIQUE
VINDEVOGEL REIST
ALS 'FLYING TAILOR'
de wereld rond om
prinsen, diamantairs en
zakenmannen te kleden.
Van Londen tot New York,
van Istanbul tot Miami.
Ontmoeting met de man
die de eerste shampoos
van Omega Pharma mee
aan de man bracht en
bij Vincent Van
Quickenborne op speed
dial staat. 'IK BEN DE
GUERRILLERO VAN DE
PAKKENWERELD.'*

TEKST: MARGO VANSYNGHEL
FOTO: LIEVEN DIRCKX





Dominique Vindevogel mag onder meer de politici Geert Bourgeois, Alexander De Croo en Vincent Van Quickenborne tot zijn klanten rekenen. 'Quickie belt me zelfs op om te vragen wat hij moet aantrekken.'



zegt Dominique Vindevogel. 'Ik vertrok 's morgens met een verroeste Renault die zo vol zat dat de achterkant over de grond sleepte. 's Avonds was de auto leeg. Pure rock-'n-roll. En en passant verkocht ik aan diezelfde klanten ook nog kleren. Twee vliegen in een klap.'

ROYALS VAN MAROKKO

Hoewel hij, een beetje in het spoor van zijn vader die oogchirurg was, optometrie studeerde, is kleding verkopen een constante in Dominique Vindevogels leven. Al in zijn studentenjaren verkocht hij op zijn kot in Brussel kleren van Armani, Trussardi en Versace. 'Ik ben een geboren verkoper', glimlacht hij trots. 'Met mijn weinige geld vloog ik naar Milaan en kocht vrouwen- en mannenkleding die ik later aan enkele fils à papa en madammekes doorverkocht met 20 procent winst. Zo heb ik geleerd snel te zien welke maat iemand heeft. Vergissen was geen optie: ik bracht maar één stuk mee.'

In die tijd sleet hij als zelfstandig verkoper ook al kleren van Butch Tailors, het kledingmerk waarvan Vindevogel nu CEO is. 'Het werd in 1956 opgericht door de Brusselse familie Daman en was dé kledingreferentie in België', legt Vindevogel uit. Het merk had op zijn hoogtepunt tien winkels in België. Maar in 1970 ging het over de kop en werd het gekocht door een West-Vlaams bedrijf. Midden jaren 90 kwam het in handen van Vindevogel.

Behalve de Butch Tailors-winkels heeft het bedrijf vandaag ook een maatpakkenservice. 'Wij werken met een basispatroon dat je op 700 verschillende manieren kan personaliseren', legt Vindevogel uit terwijl hij onder de grijsblauwe hemel de maten opneemt van een Turkse juwelier die liever niet bij naam genoemd wil worden.

Vindevogel, zelf in een diepblauw pak dat contrasteert met zijn zilveren haar en zwartleren Tod's-loafers, trekt de lintmeter rond 's mans taille. Hij knikt goedkeurend. 'Mooi in vorm, good sport.' Hij slaat snel zijn stalenboek open. 'Dit zijn de stoffen die de koninklijke familie van Marokko verkies. Zij gaan voor vederlichte stoffen.' Samen kiezen ze →

Sommige mensen kun je niet beschrijven, maar moet je citeren. Dominique Vindevogel is zo iemand. 'Ik heb de eerste 20 miljoen frank van Omega Pharma gemaakt.' Of: 'Ik dronk op mijn vijfde al Cheval Blanc.' De Kortrijkse CEO van Butch Tailors is een franc-parleur met het hart op de West-Vlaamse tong. Misschien toch even kaderen: 'Die Cheval Blanc, dat was proeven. Mijn ouders leerden mij de goede dingen', preciseert Dominique Vindevogel als we hem ontmoeten in het Park Hyatt-hotel in Istanbul, waar hij voor een halve dag een suite heeft afgehuurd.

En die eerste miljoenen van Omega Pharma, dat was samen met zijn broer Yvan Vindevogel, die Omega Pharma oprichtte en Mark Coucke aan boord haalde. Coucke kocht hem later, in 1994, voor 2,5 miljoen euro uit. 'Ik hielp mijn broer mee shampoos verkopen',

het pak, de stof, de voering en de knopen, terwijl de balpen van assistent Genghis nauwelijks kan volgen. Als de man, na het opmeten dat nauwelijks een halfuur geduurd heeft, aanstalten maakt om te vertrekken, vraagt Vindevogel nog vlug: 'Wat denk je van een bijpassend smokinghemd? Zwart zou je goed staan.' Zonder verpinken stemt de Turkse juwelier in.

Vindevogels klanten hebben veel, maar tijd hoort daar níét bij. Zelfs niet op een zwoele zaterdag zoals vandaag. Zijn volgende gast, Osman Aksoy, een telg uit de welstellende Turkse Aksoy-familie, begroet iedereen kort. Vindevogel beantwoordt de groet met een 'Nice to see you. How is your family?' terwijl hij de lintmeter al rond Aksoys schouders heeft gedrapeerd. 'Wat heb je nodig? Zwarte jasjes? Deze stof? Hoeveel? Genghis, schrijf je alles op?'

In minder dan 45 minuten bestelt de man maar liefst 15 hemden, 11 pakken, 5 jasjes en een short. 'Een handgemaakt pak gaat van 1.450 tot 12.500 euro. Reken maar uit', grijnst Vindevogel na afloop. Hij moet nog even bekomen van de kick. 'Het moet snel gaan, want die man heeft andere dingen aan zijn hoofd. Stresserend, want je mag geen fouten maken.'

Mijnheer Aksoy - Mister Osman voor de vrienden - zal vier weken op zijn nieuwe garderobe moeten wachten. Voor de handgemaakte pakken doet Vindevogel een beroep op ateliers in Milaan en Puglia. De corporate-bestellingen worden afgewerkt in Istanbul en het zuidoosten van Turkije.

'Let op, zo'n vertrouwensrelatie komt er niet zomaar', legt Vindevogel uit terwijl hij zijn staalboeken van Butch, Loro Piana, Holland & Sherry en Zegna begint op te ruimen. Hij huurt de suite in het Park Hyatt per uur en de housekeeping staat al klaar. 'Vaak tasten ze af met één bestelling. Daarna vertrouwen ze me hun hele garderobe toe.'

Of die van hun familie. Nadat Vindevogel de Indiase Ashit Mehta ontmoette in de Knokse Butch Tailors-winkel, werd hij drie dagen later overgevlogen naar Mumbai. De Indiase familie vroeg hem 200 maatpakken voor een bruiloft te maken.

In New York wisselde hij visitekaartjes uit met een stylist. Niet veel later vloog hij naar Marokko om iemand uit de koninklijke familie te kleden.

Hij kon er nochtans een van zijn agenten op afsturen: in Mexico, New York, Istanbul en India werkt Vindevogel met mensen die als partners of onder licentie voor Butch Tailors werken. Maar het liefst zien de klanten de grote baas zelf. 'Het gebeurt vaak dat ze me sommeren. Je moet naar hun pijpen dansen', legt Vindevogel uit. 'Vaak zijn het arrogante alfamannen.' Ooit mailde de voorzitter van de Turkse Dogus-groep vanuit zijn heli voor een afspraak. 'Binnen de 15 minuten verwachtte hij een respons. Time is voor deze mensen letterlijk money.'

Niet tijd, maar netwerken is money voor Vindevogel. 'Ik zoek altijd klanten', legt hij uit. 'Van CEO's van hotelgroepen via meetings tot toevallige ontmoetingen, netwerken is een essentieel onderdeel van mijn job. Ik denk eraan om dat netwerken te commercialiseren en mensen die klanten aanbrengen een commissie te geven. Eigenlijk koop ik dus de adressenboeken van mensen. Mijn bedrijf staat of valt met nieuwe klanten.'

BOURGEOIS EN DE CROO

Behalve de tailorservice telt Butch Tailors zes winkels met eigen collecties in België (twee in Kortrijk, twee in Knokke, één in Nieuwpoort en één in Roeselare). Nog eens

Dominique Vindevogel, de CEO van Butch Tailors, aan het werk in een suite van het Park Hyatt-hotel in Istanbul. 'Wij maken maatpakken zonder helemaal bespoken te werken: het basispatroon kan je op 700 verschillende manieren personaliseren.'



'Mijn klanten? Vaak zijn het arrogante alfamannen. Het gebeurt vaak dat ze me sommeren. *JE MOET NAAR HUN PIJPEN DANSEN.*'



een tiental andere winkels verkopen het Butch Tailors-merk. Vindevogel ontwerpt alle mannenkleding en accessoires, zijn vrouw Isabelle Adriaenssens neemt de vrouwenkleding voor haar rekening. 'Belgische klanten komen bij ons in de winkel in Knokke, zoals Mr. Mehta', legt Vindevogel uit. 'Maar ook politici zoals Geert Bourgeois, Alexander De Croo en Vincent Van Quickenborne zijn klant. Quickie belt me zelfs op om te vragen wat hij moet aantrekken.'

Tegelijk doet Butch Tailors ook aan business-to-business: grote opdrachten voor het personeel van bedrijven als Renault, Jaguar, Vanden Avenue, Lebeau-Courally, KBC, de Turkse holding Dogus, de hotelgroep Kempinski of zelfs jaszjes voor het ontvangststeam van The Brunch in The Jane. Vaak gaat het om grote opdrachten van 100 tot 200 mensen. 'Dat heet corporate identity. Dan is de volgende stap de CEO.'

TEGENDRAADSE GUERRILLERO

Soms werkt het ook omgekeerd. Gisteren had hij in Istanbul nog een meeting met de vicepresident van de Hyatt Group. 'Hij bestelt eerst een pak bij mij. Later krijg ik misschien een opdracht voor de hele groep.' Meer zelfs, er is een heel businessplan op gestoeld. 'Die grote opdrachten verdienen goed, vooral omdat het om één

stofgroep gaat die je dus goedkoper kan aankopen. Vaak introduceert het hotel nieuwe klanten bij mij. Dat noem ik win-win.'

Tot slot is er nog de private-labelpoot. 'Wij ontwerpen en produceren ook nog collecties voor buitenlandse merken. Die pakken leveren we zonder label, anoniem. Ik kan dus niet zeggen welke merken, nee.'

Die anonimiteit stoort hem niet. Het lijkt wel of hij zich helemaal niet als ontwerper ziet. 'Eerder een techniek', knikt hij. 'Hoewel ik mijn eigen stijl heb. Zo maak ik de schouders en de mouwen smal en strak. Soms doe ik ook tegendraads: ik hou bijvoorbeeld van brede revers, hoewel dunne modieuze zijn. Noem mij maar de guerrillastrijder van de pakkenwereld.'

Dan wel een snuggere én eigenzinnige guerrillero. 'Eigenlijk doe ik al die dingen omdat ze me in staat stellen te reizen', zegt hij met een fonkeling in de ogen. 'Na twee weken in België word ik gek.'

In Istanbul vertoeft Vindevogel één week per maand - hij heeft er een showroom voor retailers, maar laat er ook veel kleding produceren. Het afgelopen jaar vloog hij ook naar Londen - zijn zoon werkt op Savile Row, de maatpakkenstraat bij uitstek, Milaan, Mexico City, New York en Miami. 'In Miami hebben we zelfs een vriendengroep opgebouwd. Allemaal mensen die zoals wij veel reizen, global nomads.' Hij wijst met een wijd handgebaar naar →



Vindevogels klanten hebben veel geld, maar weinig tijd. In minder dan 45 minuten bestellen sommigen maar liefst 15 hemden, 11 pakken, 5 jasjes en een short. Vier weken later krijgen ze hun nieuwe garderobe.

gen net niet failliet. Er volgden jaren van hard werken. 'Sindsdien weet ik wat kan en wat niet kan. Mijn voeten staan stevig op de grond.'

BELGISCHE ARMANI

Het heeft hem duidelijk diep beïnvloed. 'Daarom draai ik elke frank twee keer om', zegt hij. 'Ik zal nooit onoverkomelijke risico's nemen. Neem het van mij aan: nooit denken dat je broodje gebakken is.'

Hoever hij precies verdient, wil hij niet kwijt. Over winstmarges spreken is ook 'niet aan de orde'. 'Laten we zeggen dat ik met een klein percentage al goed van het leven kan genieten', klinkt het. 'Ik doe dit niet voor het geld, maar om in alle vrijheid te kunnen doen wat ik graag doe: reizen, interessante mensen ontmoeten en mooie plekken zien.'

Niet dat hij geen brandende ambities heeft. Als we hem vragen waar Butch Tailors over enkele jaren staat, klinkt het zonder aarzelen: 'We moeten de Armani van België worden. Nee, van Europa.' Hij grijnst jongensachtig. 'Niet de grootste zijn, maar de beste. A little arrogance never killed anybody.'

Love him or hate him, bij Dominique Vindevogel is het alles of niets. Zo rookte hij 20 jaar geleden twee pakjes sigaretten per dag. Tot hij van de ene op de andere dag stopte. En toen hij na een zwaar ongeval op zijn 20ste zijn plannen om professioneel jockey te worden moest opbergen, keek hij geen seconde achterom. 'Ik ben volledig voor iets anders gegaan. Alles wat je doet in het leven moet je voluit doen. Werken, maar ook feesten én graag zien.' ❧

het terras, waar de beau monde van Istanbul van cocktails en fingerfood geniet. 'Kijk waar we zitten: fantastisch toch? Reizen en werk combineren is het mooiste wat er is.'

NANNY'S EN SPRINGPAARDEN

Zonder zijn vrouw Isabelle zou de zaak niet draaien, laat hij zich meerdere malen ontvallen. Eigenlijk studeerde ze communicatiewetenschappen, maar ze volgde haar man in zijn modedromen. Tegenwoordig is ze verantwoordelijk voor de algemene werking van het bedrijf, de communicatie, de winkels én de vrouwencollecties. 'Isabelle ontlast mij van zware verantwoordelijkheden', zegt hij trots. 'She's the brains. Ik weet zelfs niet hoeveel mijn personeel verdient. Isabelle regelt de contracten.'

Nog zo'n zwaartepunt in zijn leven is zijn broer Yvan, met wie hij tot zijn 13de in één bed sliep. 'Onze broederband is enorm sterk. Hij is de grote broer die mij stimuleert, mij constant kritiek geeft. Hij is de echte zakenman, ik ben de kruidenier.'

Hij en zijn broer groeiden op tussen de paspoppen. 'Mijn moeder had twee boetieks in Kortrijk. We hadden het zeer goed thuis. Twee nanny's, springpaarden, noem maar op.' Hij zucht. 'Ze was de beste commerciant ter wereld. Ze verkocht bij wijze van spreken haar bikini op het strand. En toch heeft ze de zaak kapot kunnen krijgen.' De winkels gin-

LE PUTSCH DE BUTCH

Le CEO de **Butch Tailors** voyage dans le monde entier comme tailleur personnel

*DOMINIQUE VINDEVOGEL
AKA 'FLYING TAILOR'*
sillonne le monde de Londres
à New York, en passant par
Istanbul et Miami, *POUR
HABILLER PRINCES,
DIAMANTAIRES ET
HOMMES D'AFFAIRES.*

Rencontre avec l'homme qui a
contribué à vendre les
premiers shampooings
d'Omega Pharma et qui figure
sur la speed-dial de Vincent
Van Quickenborne. *«JE SUIS
LE GUÉRILLERO DU
MONDE DES COSTUMES.»*

REPORTAGE: MARGO VANSYNGHEL
PHOTO: LIEVEN DIRCKX





Dominique Vindevogel est le tailleur de Geert Bourgeois, Alexander De Croo et Vincent Van Quickenborne entre autres. «Quickie m'appelle même pour me demander ce qu'il doit porter.»

Vindevogel. «Je partais le matin dans une vieille Renault tellement chargée que l'arrière touchait le sol. Mais le soir, elle était vide. C'était très rock 'n' roll. Par la même occasion, je vendais des vêtements. Histoire de faire d'une pierre deux coups.»

TISSUS LÉGERS

Bien qu'il ait, comme son père, étudié l'optométrie, vendre des vêtements est une constante dans la vie de Dominique Vindevogel. Lorsqu'il était étudiant, il vendait déjà des vêtements Armani, Versace et Trussardi dans son kot à Bruxelles. «Je suis un vendeur né», déclare-t-il en souriant. «Avec le peu d'argent que j'avais, je prenais l'avion pour Milan et j'achetais des vêtements pour homme et femme que je revendais ensuite avec 20% de bénéfice.» À cette époque, en tant que vendeur indépendant, il écoulait déjà des vêtements Butch Tailors, le label dont il est aujourd'hui le CEO. «Butch a été fondé par la famille bruxelloise Daman en 1956 et était la référence en matière de vêtements en Belgique», explique Vindevogel. À son apogée, la marque comptait dix boutiques dans notre pays. Mais, en 1970, elle a fait faillite et a été rachetée par une société flamande avant de céder, au milieu des années 90, le nom et le logo à Vindevogel.

Aujourd'hui, dans la suite du huitième étage, il n'ose plus travailler sans filet. «Nous faisons des costumes sur mesure qui ne sont pas entièrement bespoke: le patron de base peut être personnalisé de 700 façons différentes», explique-t-il en prenant les mesures d'un joaillier stambouliote qui préfère garder l'anonymat. Vindevogel, lui-même vêtu d'un costume bleu sombre qui contraste avec ses cheveux argent et ses mocassins Tod's en cuir noir, passe le mètre ruban autour de la taille de l'homme. Il approuve: «Bonne forme, good sport.» Il déploie le dossier des échantillons de tissus. «Ce sont ceux que préfère la famille royale du Maroc. Vu le climat, ils aiment ce qui est léger.»

Ensemble, ils choisissent le costume, le tissu, la doublure et les boutons; son assistant, Genghis, a du mal à suivre. Après la prise de mesures, qui a duré une demi-heure à peine, l'homme se prépare à se rhabiller. «Que diriez-vous d'une chemise de smoking assortie? Le noir vous irait à merveille.» Le joaillier accepte sans hésiter la suggestion amicale. →



Certaines personnes sont impossibles à décrire: leurs citations sont plus éloquentes. Dominique Vindevogel fait partie de ces personnes. «J'ai fait les 20 premiers millions de francs d'Omega Pharma.» Ou: «Je buvais du Château Cheval Blanc à cinq ans». Le CEO de Butch Tailors a certes son franc parler. Nous le rencontrons au Park Hyatt d'Istanbul où il a loué une suite pour une demi-journée. L'occasion de remettre les pendules à l'heure: «Le Cheval Blanc, c'était lors d'une dégustation: mes parents m'ont appris à apprécier les bonnes choses.» Et ces premiers millions d'Omega Pharma, c'était avec son frère, Yvan Vindevogel, le fondateur d'Omega Pharma qui avait fait appel à Mark Coucke, qui a repris l'entreprise en 1994 pour quelque 2,5 millions d'euros. «J'ai aidé mon frère à vendre des champoings», explique Dominique

Les clients de Vindevogel ont beaucoup d'argent, mais peu de temps. Même par un étouffant samedi comme aujourd'hui. Chacun salue brièvement le client suivant, Osman Aksoy, de la grande famille turque Aksoy. «Nice to see you», accueille Vindevogel. «How is your family?» Avant même que l'homme n'ait le temps de marmonner «Good», Vindevogel a passé le mètre-ruban autour de ses épaules. Business as usual. «De quoi avez-vous besoin? De vestons noirs? Ce tissu? Combien? Genghis, vous notez?»

En 45 minutes à peine, l'homme passe commande de 15 chemises, 11 costumes, 5 vestons et un short. «Un costume sur mesure coûte entre 800 et 2.000 euros, à partir de 1.450 euros pour un costume fait main. Faites le calcul!», sourit Vindevogel une fois que son client est parti. «Il faut aller vite, parce que cet homme n'a pas que cela à faire. C'est stressant, car on ne peut se permettre de commettre la moindre erreur.»

Après cette prise de mesures ultra rapide, Genghis, son assistant à Istanbul, envoie une offre. Les costumes fait main sont réalisés en Italie, à Milan et dans les Pouilles., tandis que pour les commandes d'entreprises, Vindevogel se tourne vers une production à Istanbul et dans le sud-est de la Turquie.

MÂLES DOMINANTS

Monsieur Aksoy -Mister Osman pour les intimes- devra patienter quatre semaines avant d'étréner sa nouvelle garde-robe. «Vous savez, une relation de confiance, ça ne se crée pas comme ça», souligne Vindevogel en se mettant à ranger ses échantillons de tissus Butch, Loro Piana, Zegna et Holland & Sherry. Il loue la suite du Park Hyatt à l'heure et le service de nettoyage est déjà prêt. «Ils commencent par me tester en me


passant une seule commande. Puis ils me confient toute leur garde-robe.»

Il a rencontré le diamantaire Kaushik of Ashit Mehta à Knokke. C'était un ancien client de Butch Tailors. Trois jours plus tard, le Belge s'envolait pour Mumbai avec une valise pleine d'échantillons de tissus. La famille indienne lui a commandé pas moins de 200 costumes sur mesure pour un mariage. À New York, il a échangé sa carte de visite avec un styliste. Et peu après, il prenait l'avion pour le Maroc pour prendre les mesures d'un membre de la famille royale. Il aurait pu toutefois envoyer l'un de ses agents: au Mexique, à New York, à Istanbul et en Inde, Vindevogel collabore avec des personnes qui travaillent en tant que partenaires ou sous licence pour Butch Tailors. Mais les clients préfèrent avoir affaire avec le patron en personne. «Il leur arrive souvent de m'appeler et vous devez vous mettre au diapason», explique Vindevogel. «Ce sont souvent des mâles dominants un peu arrogants. Ils n'hésitent pas à m'imposer leurs quatre volontés.» Il se souvient que le président du groupe Dogus lui a envoyé un mail de son hélicoptère pour prendre rendez-vous. «Il attendait une réponse dans les 15 minutes. Pour ces gens, le bon vieux dicton time is money est à prendre au pied de la lettre.»

Pour Vindevogel, ce n'est pas le temps qui est de l'argent, mais le networking. «Je suis tout le temps à la recherche de nouveaux clients», explique t-il. «Des CEO de groupes hôteliers aux rencontres fortuites, en passant par les réunions, le networking représente une part essentielle de mon métier. Je songe même à le commercialiser et à donner une commission à ceux qui m'amènent des clients. En fait, j'achète des carnets d'adresses. Mon entreprise dépend entièrement des nouveaux clients.»

AGENDA DE MINISTRE

Vindevogel a sa manière de rester petit et d'être rentable: la diversification. Butch Tailors mise sur tous les segments du marché. Ainsi, la marque possède en Belgique six boutiques proposant ses propres collections (deux à Courtrai, deux à Knokke, une à



Dominique Vindevogel, CEO de Butch Tailors, en pleine séance de travail au Park Hyatt à Istanbul. «Nous réalisons des costumes sur mesure sans pour autant faire du bespoke proprement dit: le patron de base peut être personnalisé de 700 manières différentes.»

«Mes clients sont souvent des mâles dominants un peu arrogants. *ILS N'HÉSITENT PAS À M'IMPOSER LEURS QUATRE VOLONTÉS.*»



Nieupoort et une à Roulers) - également vendues dans une dizaine de boutiques multimarques. Vindevogel crée tous les vêtements et accessoires pour homme alors que son épouse, Isabelle Adriaenssens, se charge de la mode femme. «Les clients belges viennent dans notre boutique de Knokke», explique Vindevogel. «Geert Bourgeois, Alexander De Croo et Vincent Van Quickenborne en font partie.» C'est vrai qu'ils sont en général bien sapés.

Le B2B, c'est aussi une corde à l'arc de Butch Tailors avec de grosses commandes pour le personnel d'entreprises -Renault, Jaguar, Vanden Avenne, Lebeau-Courally, KBC, le groupe hôtelier Kempinski. Il fait aussi les vestes pour l'équipe d'accueil de The Brunch au restaurant anversois The Jane. Il s'agit souvent de grosses commandes, 100 à 200 pièces. «On appelle ça la corporate identity. L'étape suivante est le CEO.»

Parfois, ça fonctionne aussi dans l'autre sens. Hier, il était en réunion avec le vice-président du groupe Hyatt à Istanbul. «Il a d'abord commandé un costume chez moi. Je recevrai peut-être une commande pour l'ensemble du groupe dans un deuxième temps.» Mieux encore, tout un business plan est basé là-dessus. «Ces commandes importantes rapportent bien, surtout parce qu'il s'agit d'un seul groupe de tissu, que l'on peut donc acheter à

meilleur prix. Souvent, l'hôtel me présente de nouveaux clients. Pour moi, c'est du win-win.»

Malgré cet agenda de ministre, Vindevogel trouve encore le temps de concevoir des collections pour des marques étrangères. «Nous assurons la totalité de l'investissement: acheter le tissu, produire les vêtements et les leur vendre sans l'étiquette Butch Tailors. On appelle ça un 'private label'. Mais comme c'est anonyme, je ne peux pas vous citer de noms.» Un anonymat qui ne le dérange pas. Il semblerait qu'il ne se considère absolument pas comme un créateur. «Plutôt comme un technicien», acquiesce-t-il. «Même si j'ai mon propre style. Par exemple, je fais les épaules et les manches ajustées. Il m'arrive d'aller à contre-courant: par exemple, j'aime les revers plus larges, alors que les étroits sont plus à la mode. Disons que je suis le guérillero du monde des costumes.»

GLOBAL NOMADE

Un guérillero peut-être, mais un guérillero très avisé. Boutiques, demi-mesure, commandes pour de grands groupes, 'private labels' etc, Vindevogel génère suffisamment de volume pour acheter du tissu en grande quantité, et donc, à bon prix. Ce qui fait sa fierté: «En réalité, je fais tout ça parce que ça me permet de voyager», ajoute-t-il, une lueur de plaisir dans les yeux. «Après →

La clientèle du tailleur a plus d'argent que de temps. Certains businessman commandent 15 chemises, 11 costumes, 5 vestons et 1 short en moins de 45 minutes. Quatre semaines plus tard, ils reçoivent leur nouvelle garde-robe.



deux semaines passées en Belgique, je deviens fou.» Vindevogel vit une semaine par mois à Istanbul -où il a un showroom pour les distributeurs en plus d'y faire produire un grand nombre de vêtements. L'an dernier, il s'est également envolé pour Londres (son fils travaille sur Savile Row, la rue des costumes sur mesure par excellence), Milan, Mexico, New York et Miami. «À Miami, nous avons un cercle d'amis composé de gens qui, comme nous, voyagent beaucoup. Ce que l'on appelle des global nomads.» Et d'un large geste il me montre la terrasse où le beau monde d'Istanbul papote un drink à la main. «Regardez où nous sommes: c'est fantastique, non? Combiner voyages et travail, c'est top.»

UNE AFFAIRE DE FAMILLE

Vindevogel n'est pas seul: sans son épouse, l'affaire ne tournerait pas aussi rond, laisse-t-il échapper à plusieurs reprises. Elle a étudié la communication, mais a préféré suivre son mari dans ses rêves de mode. Aujourd'hui, elle est responsable de l'exploitation générale de l'entreprise, de la communication, des boutiques et des collections femme. «Isabelle prend en charge des lourdes responsabilités. She's the brains. Je ne sais même pas combien gagne mes collaborateurs, c'est Isabelle qui s'occupe des contrats.» Une autre personne super importante dans sa vie est son frère Yan, avec lequel il a tout partagé jusqu'à 13 ans.

«Notre lien fraternel est extrêmement fort. Il est le grand frère qui m'encourage, qui me critique dans le bon sens du terme. C'est lui le véritable homme d'affaires; moi, je suis l'épicier.» Son frère et lui ont grandi parmi les mannequins. «Ma mère avait deux boutiques à Courtrai. À la maison, nous avons la belle vie. Deux nounous, des chevaux de jumping, etc.» Il soupire. «Elle était la meilleure commerçante du monde. Elle aurait pour ainsi dire vendu son bikini sur la plage. Et pourtant, elle a ruiné l'affaire.» Les enseignes ont fait faillite. Et des années de travail acharné ont suivi. «Depuis lors, je sais ce que je peux faire ou ne pas faire. J'ai les deux pieds sur terre.»

ARMANI BELGE

Cette histoire familiale l'a profondément influencé. «Voilà pourquoi je ne prends jamais une décision à la légère», explique-t-il. «Je ne prendrai jamais de risques inconsidérés. Croyez-moi: ne pensez jamais que c'est du tout cuit.»

Il refuse de dire combien il gagne exactement. De même, les marges bénéficiaires ne sont pas à l'ordre du jour. «Disons qu'avec un petit pourcentage, je peux profiter de la vie», déclare-t-il. «Je ne fais pas ça pour l'argent, mais pour être en mesure de faire ce que j'aime en toute liberté: voyager, rencontrer des gens intéressants et voir de beaux endroits.»

Pourtant, c'est un homme ambitieux. Quand nous lui demandons où en sera Butch Tailors dans quelques années, il répond sans hésiter: «Nous devons devenir l'Armani de Belgique. Non, d'Europe!» Il a un sourire désarmant. «Pas le plus grand, mais le meilleur. A little arrogance never killed anybody.» Love him or hate him. Chez Dominique Vindevogel, c'est tout ou rien. Par exemple, il y a 20 ans, il fumait deux paquets de cigarettes par jour, jusqu'à ce qu'il arrête, du jour au lendemain. Et quand, à l'âge de 20 ans, après un grave accident, il a dû renoncer à son projet de devenir jockey professionnel, il a tourné la page sans hésiter. «Je me suis dirigé vers quelque chose de radicalement différent. Tout ce qu'on fait dans la vie, il faut le faire à fond. Travailler, mais aussi faire la fête. Et aimer.»