

Van vader op dochter

# Drie dochters zetten glasblazerij die al **meer dan** **100 jaar** in de familie is verder

Pierreglas in Vilvoorde voorziet al vijf generaties lang in een eeuwenoude ambacht: glasblazen. Daarnaast is Pierreglas trotse eigenaar van één van de eerste Handmade in Belgium-labels van UNIZO. Van *mouche bébés* tot technisch glaswerk voor laboratoria ... 'Hoe complexer, hoe beter', aldus Virginie. Zij staat samen met haar twee jongere zussen klaar om een nieuwe generatie leven in te blazen.

In 1914 richt naamgenoot bij voornaam, Pierre Pionnet, een glasblazerij op in Brussel. Léon Pierre, verkoper van allerlei ziekenhuis-materiaal waaronder vooral glazen pipetten, wordt klant. In 1936 gaat Pierre op pensioen en neemt Léon de glasblazerij over. Hij stelt er zijn neef, Gustave Pierre, tewerk. De zaak verhuist nog van Brussel naar Molenbeek, om uiteindelijk halt te houden in Vilvoorde. Vandaag staan Gustaves kleindochters met drie klaar om het roer van Pierreglas over te nemen.

**Virginie:** "Door gezondheidsproblemen van mijn grootvader nam mijn vader het glasblazen op jonge leeftijd over. Toen hij doorhad dat er door de opkomst van plastic geen toekomst meer voor pipetten

was, specialiseerde hij zich in maatwerk en technisch glas. Technisch glas is hittebestendig glaswerk bestemd voor de industrie. Het eindproduct kan een reactor zijn, glaswerk voor in machines, maar dus evengoed maatwerk zoals design vazen of lampen. We hebben zelfs ooit een muntje in een fles moeten lijmen voor televisiegoochelaar Nicolas."

#### **Gedoodverfde opvolgers dus.**

**Virginie:** "Ik vond bedrijfsvoering altijd al interessant. Ik heb een masterdiploma Handelswetenschappen, maar was totaal niet van plan bij mijn vader te werken. Op een dag zei een docent iets in de les bedrijfscommunicatie waarvan ik dacht: dat zouden ze thuis moeten doen.

Toen besepte ik: als ik het daar niet ga doen, gaat het er nooit van komen. Dat was voor mij de klik. Ik ben nu ruim tien jaar geleden mee in de zaak gestapt. Bij mijn jongere zussen is het iets anders gelopen."

**Stéphanie:** "Ik had op mijn 22<sup>ste</sup> al een masterdiploma, maar voelde me nog niet klaar om voltijds aan de slag te gaan. Ik besloot nog bijkomende korte opleidingen te volgen en startte deeltijds in het administratieve luik van het bedrijf omdat ze hulp konden gebruiken. Zodra de ambitie van mijn zussen duidelijk werd, wilde ik er graag volledig mee instappen."

**Virginie:** "Onze jongste zus, Mélanie, kwam er in 2016 bij na een teleurstellende stage





bij een multinational. Ik was net in zwangerschapsverlof dus er was plaats vrij. Ze is er mee ingerold en blijven plakken. Het is voor ons heel duidelijk dat we het met drie willen doen. Mélanie en ik zitten mee in de productie en Stéphanie zorgt ervoor dat wij zorgeloos kunnen produceren.”

**Naast een onderneming moet er ook een ambacht worden doorgegeven. Hoe verloopt dat?**

**Virginie:** “Ik heb altijd gezegd dat ik het brood ook wil bakken en niet enkel wil verkopen. Het is zo’n nichemarkt, je moet de technische kennis hebben om geloofwaardig over te komen. Vroeger waren er veel meer glasblazerijen. De kennis werd doorgegeven van vader op zoon, maar na

een tijd was de zoon verkoper in plaats van blazer. Zo gaat kennis verloren. Mélanie en ik hebben alles in huis geleerd, maar dat is ook de moeilijkheid. Mijn vader heeft zodanig veel uren ervaring, dat het onmogelijk is dat door te geven aan één persoon. Ik leer andere dingen dan Mélanie, om toch zoveel mogelijk kennis te bewaren. We hebben nu de website aangepakt om te tonen dat mijn vader niet meer de enige in productie is en de toekomst verzekerd is. Daar zijn klanten naar op zoek.”

**Jullie zijn nochtans uniek op de markt.**

**Virginie:** “Oudere klanten denken nog te vaak dat onze vader de enige ambachtsman is, terwijl hij bij wijze van spreken niet eens meer voor hen werkt. Wij runnen de zaak

nu. Met de nieuwe website willen we tonen dat de drie gezichten die je ziet nu voor jou werken. Daarnaast zetten we honderd procent in op de website. Doordat we in zo’n nichemarkt zitten, zijn betaalde campagnes op sociale media weggesmeten geld. De verscheidenheid aan sectoren die klant zijn en de producten die we voor hen maken, is zo breed.”

**Virginie:** “Mensen hebben nog weinig voeling met een ambacht en het feit dat stuks handmatig gemaakt worden. Het programma ‘Repairshop’ op Eén bijvoorbeeld, leuk programma, maar zo stel je een ambachtsman voor als iemand die in een pittoreske setting iets maakt en alle tijd van de wereld heeft. Integendeel, wij produceren



“De ambachtsman in een pittoreske setting met zeeën van tijd is niet rendabel”

hoge oplages die even rendabel moeten zijn als een fabriek waar alles aan de band gemaakt wordt.”

#### Hoe brengen jullie die boodschap over?

**Stéphanie:** “We hebben video’s laten maken waarop mensen letterlijk zien dat we alles zelf maken. Wanneer de productie tijd vraagt, durven klanten al eens vragen of we het glaswerk wel zelf maken. Terwijl we eigenlijk gewoon al aan het produceren zijn, in huis.”

**Virginie:** “Mensen zijn het ook beu enkel de façade te zien. Ze willen de mensen achter die façade zien. Nu lichten we ieders achtergrond en rol in de zaak uit om zo een persoonlijk verhaal te brengen. In die zin was onze vorige website wat kouder en te algemeen.”

**Stéphanie:** “Dat geeft meteen vertrouwen. Omdat we zo niche zijn, lezen bezoekers dat verhaal. Ze vinden het interessant.”

**Virginie:** “We hebben voor de video’s speciaal aan de medewerkster die in beeld komt gevraagd om nagellak op te doen. Dat is onnozel, maar zo is het duidelijk dat het een vrouw is die werkt. Dat is echt vreemd hoe er soms gedacht wordt dat vrouwen niet in een glasblazerij kunnen werken.”

**Stéphanie:** “We hebben onze vader bewust niet te veel in beeld gebracht. Iedereen denkt ‘het is monsieur Pierre die blaast’, terwijl mijn zussen dag in dag uit produceren.”

**Virginie:** “Hij stond daar trouwens volledig achter. Hij was de eerste om te zeggen: ik wil niet op die video’s staan. We zijn geen coup aan het plegen.” *(lacht)*

#### Wat betekent het Handmade in Belgium-label voor Pierreglas?

**Virginie:** “We waren er als één van de eersten bij. Het jaar dat het label gelanceerd werd, heeft UNIZO ons gecontacteerd en hebben we het aangevraagd. Het label is een soort bewijs dat wat je maakt authentiek is én in België wordt geproduceerd. Dus naast: ah, je blaast zelf? Is het ook: ah, je blaast hier? We zijn zo’n klein bedrijf dat mensen bepaalde vooroordelen hebben. Te duur, onprofessioneel ... maar dat klopt gewoon niet. Een label zoals het Handmade in Belgium-label helpt dan om zo’n vooroordeel de wereld uit te helpen.”

**Stéphanie:** “Mensen zijn daar veel meer naar op zoek. Soms moet ik op een offerte antwoorden dat we helaas niet kunnen helpen en vragen klanten expliciet om het nog eens te herbekijken en eventueel het design aan te passen omdat ze erg

graag willen dat hun product in België wordt gemaakt.”

[www.pierreglas.be](http://www.pierreglas.be)

Met het authenticiteitslabel Handmade In Belgium wil UNIZO Vlaams-Brabant & Brussel makers van authentieke en ambachtelijke kwaliteitsproducten in de kijker zetten. Het zijn producten die vandaag de dag het verschil maken voor de moderne consument. UNIZO Vlaams-Brabant & Brussel wil zo een sterker imago geven aan vakmanschap dat zich onderscheidt van massaproductie en het publiek wakker schudden rond de vele makers die de regio telt.

[www.handmadeinbelgium.com](http://www.handmadeinbelgium.com)

