MAISON EOLE Het eerste Belgische merk van cosmeticaproducten op basis van wijnranken

Anne-Sophie Charle, onderneemster en projectleidster

Interview met Anne-Sophie Charle die net haar cosmeticalijn heeft gelanceerd, op basis van de residuen van Belgische wijnstokken uit de familie wijngaard Chant d'Eole.

Door *Anne-Cécile Rozet*, Bestuurder SDM Brussel

Deze zomer, toen de oldtimers van onze SDM Rally Classic op weg naar Reims over de landwegen van de streek rond Bergen (Mons) reden, hielden ze halt bij de Mont Garni Golf Club in Bergen. Daar werden ze aangenaam verrast met een glaasje Chant d'Eole – een schuimwijn op basis van de champagnemethode – die ze ter plaatse konden ontdekken en proeven. Deze Belgische mousserende wijn wordt geproduceerd op het Domaine du Chant d'Eole in Quévy, dat tal van prijzen heeft gewonnen en er bekend om staat op wereldwijde wijnwedstrijden grote champagnes achter zich te laten!

Van de Chant d'Eole naar Maison Eole

Anne-Sophie Charle, echtgenote van Hubert Ewbank de Wespin, CEO van het Domaine du Chant d'Eole, deed vorig jaar in volle covidperiode een gewaagde gok door het eerste Belgische cosmeticalijn op basis van wijnstokproducten te lanceren. Na haar studie politieke wetenschappen aan de UCL en na een schitterende loopbaan van 20 jaar, eerst als woordvoerster en vervolgens als kabinetschef van de burgemeester van de stad Bergen, werd zij secretaris-generaal van de Fondation Mons 2015. Hoewel zij algemeen directrice van de stad Bergen was, gooit ze haar beroepsleven over een andere boeg door zaakvoerster te worden van een cosmeticabedrijf.

Anne-Cécile Rozet, bedrijfsleidster van SDM Brussel, is haar gaan opzoeken.

Wat heeft u ertoe aangezet om professioneel iets heel anders te gaan doen? Hoe is Maison Eole ontstaan?

Anne-Sophie Charle: Na een boeiende carrière van 20 jaar voelde ik de behoefte om een andere richting in te slaan en uit mijn comfortzone te treden. Een gevoel van 'intellectuele droogte' wanneer je de indruk hebt dat je alles hebt gegeven. Als dochter van een apothekeres ben ik opgegroeid in de dermo-cosmetica en ik heb de evolutie van onze prachtige wijngaard van op de eerste rij meegemaakt. Ik voelde aan dat we de wijngaard economisch konden diversifiëren en aan een heel nieuwe sector konden bouwen door voordeel te halen uit de werkzame stoffen van de wijnstok om een reeks cosmetische verzorgingsproducten te ontwikkelen.

Ik heb mijn intuïtie gevolgd. Ik heb loopbaanonderbreking genomen en heb me met passie op dit nieuwe project gestort. Door mijn ervaring als overheidsmanager heb ik de troeven in handen om op mijn 45e een stevige ommezwaai in goede banen te leiden.

In cijfers

150 verkooppunten
voornamelijk in Franstalig België

Het assortiment bestaat uit
18 cosmetische referenties, 2 parfums en een kaars.

MAISON éole team bestaat nu uit **4,5 VTE**.

Wine Extracts[3] garandeert **5 tot 10 maal effectievere antioxiderende werking** dan wat aangeboden wordt op de markt.

Als dochter van een apothekeres ben ik opgegroeid in de dermo-cosmetica en ik heb de evolutie van onze prachtige wijngaard van op de eerste rij meegemaakt.

Welke residuen van de wijnstok gebruikt u om uw cosmetische producten te fabriceren? En waarom zijn ze zo waardevol? Wat zijn hun sterktes? (wijnmoer, vers gesneden jonge wijntakken, krijt, wijnsteenzout, druivenpitten...)

Wijnstokken zitten vol moleculen die van groot belang zijn voor cosmetica. Zowel de elementen van de plantaardige tannine (bladeren, druiven, jonge wijntakken) als de residuen die tijdens het gistingsproces van de wijn kunnen worden verzameld. De wijnmoer die bestaat uit gist en suiker bevat prachtige giststoffen voor de vermenigvuldiging van polyfenolen, aminozuren of betaglucanen.

Ik had dus een geweldige speeltuin voor mij... een veelheid aan elementen die verzameld konden worden. Met de wil mezelf te omringen met de beste competenties om de pareltjes te vinden.

Ik heb de analyses toevertrouwd aan twee Waalse centra voor moleculaire extractie en me omringd door biochemici die gespecialiseerd zijn in cosmetische toepassingen van plantaardige tannine. Ik heb ontdekt dat Wallonië alle competenties in huis heeft om een cosmetica-industrie op te zetten.

Welke waarden draagt het huis uit?

Belgische savoir-faire: het hele proces is 'made in Belgium'. Onze knowhow valoriseren was één van de prioriteiten.

Authenticiteit: onze streek, de circulaire economie en de korte ketens valoriseren

Uitblinken: een kwaliteitsproduct maken vanuit een uniek concept, bewijzen dat men een elegant gamma kan uitbrengen door aan de slag te gaan met de krachten van de natuur.

Hoe ziet het gamma eruit, zowel voor mannen als voor vrouwen?

Het assortiment bestaat uit 18 cosmetische referenties, 2 parfums en een kaars. Voor HAAR, voor HEM en om te delen... zoals onze parfums die ik wilde ontwikkelen voor een gemengde geurigheid...

Wat is uw paradepaardje?

Een maand na de lancering ontvingen we de Prix d'Excellence de la Beauté 2022 van het tijdschrift Marie-Claire voor onze lichaamspeeling! Een prachtige erkenning voor een ongeziene formule. Het is immers de eerste keer dat wijnsteenzout uit wijnvaten gebruikt wordt voor een scrub! De dag- en nachtcrèmes zijn ook erg populair, evenals onze doucheolie op basis van 75% druivenpitolie.

Wat is het concept Wine Extracts[3]?

In de jonge wijntakken identificeerden we een polyfenol met 3 cycli (nieuwe generatie) dat nog nooit in Europese cosmetica is gebruikt en dat een 5 tot 10 maal effectievere antioxiderende werking garandeert dan wat gewoonlijk op de markt wordt aangeboden. Ik heb dit op de markt gebracht onder het concept Wine Extracts[3] en het werd geïntegreerd in alle formules van mijn assortiment.

Welke verbintenissen gaat u aan op ethisch en ecologisch vlak?

Het maatschappelijke engagement van Maison Eole staat centraal in ons project. Ik denk dat wij als bedrijfsleiders de verantwoordelijkheid hebben om ons ecosysteem terug te geven wat het ons biedt.

Enerzijds wilde ik heel snel een Eco Friendly verpakking integreren. Ik wilde de consument aanzetten om cosmetische producten anders te gaan consumeren. Al mijn potjes/flesjes worden daarom verkocht in houten verpakkingen, een soort kistje dat in huis hergebruikt kan worden. Ook het gebruik van wijnstokresten draagt bij tot deze eco-verantwoordelijke aanpak.

Anderzijds wilde ik heel snel meewerken aan de tewerkstelling van kwetsbare mensen. Maatwerkbedrijven worden in onderaanneming opgenomen in mijn productieproces.

Hoe belangrijk is verpakking voor u? Wat is er bijzonder aan?

Zoals gezegd, is mijn verpakking helemaal uniek. Ik wilde laten zien dat een bioverpakking ook elegant kan zijn. In deze sector gaan die dingen niet altijd samen. Met dit unieke gebaar kan ik mijn assortiment onderscheiden in de uiterst concurrentiele wereld van de cosmetica.

Welke niche gebruikt u om uw merk te promoten?

Het is duidelijk dat de bekendheid van het familiale Domaine du Chant d'Eole ervoor heeft gezorgd dat Maison Eole snel in de media werd opgepikt. De pers heeft een belangrijke rol gespeeld. Uiteraard werd ook digitale communicatie opgenomen in het marketingplan.

Hoe brengt u uw producten aan de man? Hoeveel verkooppunten hebt u? Zijn uw producten ook in het buitenland verkrijgbaar?

Ik heb nu 150 verkooppunten, voornamelijk in

Franstalig België. Mijn prioriteit was een succesvolle lancering in mijn hinterland. Vanaf het begin wilde ik het product via apotheken kunnen aanbieden, wat mijn O&O-proces legitimeert. De farmaceutische sector stond er heel erg voor open.

Ik heb mijn parfum ook op de markt gebracht via de green corners van de parfumgroep April in België, Frankrijk en Luxemburg. 2023 zal in het teken staan van de Vlaamse markt en de export.

Is de e-commerce goed voor een groot deel van uw inkomsten?

Uiteraard, de e-commerce is van fundamenteel belang. De marges die worden toegekend aan de distributie, moeten gecompenseerd worden door de directe verkoop. Het doel is het marktaandeel van de e-shop te vergroten.

Welke balans kunt u een jaar na de start van de bedrijfsactiviteit al opmaken?

De balans is meer dan positief. De talrijke verkooppunten zijn daar het bewijs van. De klanten reageren zeer positief omdat mijn assortiment beantwoordt aan de huidige verwachtingen van de Belgische markt: natuurlijke ingrediënten, vegan, made in Belgium en eco-verantwoordelijk.

Het avontuur is nog maar net begonnen en er staan me nog wat uitdagingen te wachten! Maar dat maakt de zaak net boeiend!

> Het maatschappelijke engagement van Maison Eole staat centraal in ons project. Ik denk dat wij als bedrijfsleiders de verantwoordelijkheid hebben om ons ecosysteem terug te geven wat het ons biedt.

Combineert u uw activiteit met die van uw echtgenoot? Hoe vullen jullie elkaar aan?

Onze beide activiteiten en ondernemingen staan volledig afzonderlijk van elkaar. Het zijn twee verschillende structuren. Wat echter gebundeld kan worden, bundelen we ook, zoals bijvoorbeeld de logistiek. En onze marketingstrategieën werden in tandem opgesteld om de positionering van het merk Eole te versterken.

Uiteraard is het voor ons een plezier om het over de uitdagingen te hebben waar we ieder afzonderlijk voorstaan. Door mekaar onderling advies te geven, kunnen we verder groeien. We houden er ook heel erg van om elkaar uit te dagen.

© MAISON éole

Hoe ziet uw typische werkdag eruit?

Het zijn gevarieerde, drukke en spannende dagen. Ik houd me fulltime bezig met de operationele bedrijfsvoering. De bedoeling is om hier geleidelijk uit te stappen en meer met de strategie bezig te zijn. Dat is waar alle jonge ondernemers naar streven. Mijn team bestaat nu uit 4,5 VTE. Operationele bedrijfsactiviteiten worden dus geleidelijk aan gedelegeerd.

Hebt u alleen de leiding in handen?

Ja, helemaal. Maar ik hou ervan energieën samen te brengen en collectieve intelligentie te valoriseren. Ik doe dit met de talrijke deskundigen die me omringen.

Wat drijft u als ondernemer?

Een project tot stand brengen en het zien groeien. Meewerken aan de economische ontwikkeling van de regio en een meerwaarde maken van 'made in belgium'.

Vrijheid en onafhankelijkheid zijn bovendien onbetaalbaar. Ze compenseren ruimschoots de vele uren die ik in de ontwikkeling van mijn bedrijf steek.

Hebt u andere projecten op het oog voor zowel Chant d'Eole als Maison Eole?

Mijn man en ik hebben altijd plannen. Je moet je dromen doen uitkomen! Ons ultieme doel is een Spa te ontwikkelen in de wijngaard...

Wat zijn uw hobby's? Wat is uw favoriete vakantiebestemming?

Ik jog veel om stoom af te laten. Mijn weekends staan volledig in het teken van mijn gezin. Mijn zoon zit op internaat in Gent en geniet met volle teugen van de momenten die ik met hem in het weekend doorbreng.

In ons wijndomein in de Languedoc komen we helemaal tot rust. Zodra we kunnen, gaan we erheen om onze batterijen op te laden met het gezin. We hebben deze cocoonmomenten nodig om onze batterijen op te laden.

Wat is uw favoriete keuken?

De Belgische natuurlijk! Wij hebben een geweldige keuken voor lekkerbekken! •

SECURITIES
DE MUNTER

LUXEMBURG
120, Boulevard de la Pétrusse
L-2330 Luxemburg
Tel (+352) 453929-1
Fax (+352) 26440143

BELGIË
Franklin Rooseveltlaan 142
B-1050 Brussel
Tel (+32) 2 230 32 27
Fax (+32) 2 646 69 31

BTW LU18162363 - BE0861.975.652
R.C. Luxembourg B 56002
info@sdm.lu www.securitiesdm.com

DESIGN & PRODUCTION vinix.agency

LE POINT FINANCIER
Copyright © 2023 Securities De Munter.
Alle rechten voorbehouden.

Disclaimer. Dit magazine is een publicatie van Securities De Munter, gereglementeerd door het CSSF (Commission de Surveillance du Secteur Financier) in het Groothertogdom Luxemburg. Deze uitgave mag niet worden gezien als een beleggingsvoorstel. Dit is een informatief document dat de vennootschap in geen geval bindt. De vennootschap Securities De Munter garandeert niet dat de financiële instrumenten die in dit document gebruikt worden geschikt zijn voor u. Alle financiële transacties die u verricht, rekening houdend met de financiële informatie in deze brochure, worden uitgevoerd met uw volle verantwoordelijkheid. Beleggen in bepaalde financiële instrumenten (zoals aandelen) kan een aantal grote risico's met zich meebrengen. Vóór de uitvoering van alle transacties moet de belegger over een kennis- en ervaringsniveau beschikken dat nodig is om de risico's verbonden aan het gebruik van bepaalde financiële instrumenten te begrijpen. In sommige gevallen kunnen deze risico's leiden tot een tijdelijke vermindering of zelfs verlies van een deel of het geheel van het belegde kapitaal. Medewerkers van Securities De Munter kunnen vóór de verspreiding van deze aanbevelingen handelen in het financieel instrument. Eventuele rendementen die in deze publicatie vermeld werden, zijn gerealiseerd in het verleden. Er is geen garantie dat zij ook in de toekomst behaald zullen worden. Men kan evenmin zeker zijn dat de beschreven scenario's, verwachtingen en risico's zullen uitkomen in de realiteit. Zij dienen als indicatief beschouwd te worden. De gegevens die in de publicatie vermeld worden, zijn louter informatief en kunnen aan veranderingen onderhevig zijn. Wisselkoersschommelingen kunnen vooropgestelde resultaten en rendementen beïnvloeden. De publicatie geeft de analyse weer van de auteur op de vermelde datum. Hoewel de analyse gebaseerd is op volgens de auteur betrouwbare bronnen, kan de correctheid, volledigheid en actualiteit van de gebruikte informatie niet gegarandeerd worden. Securities De Munter kan nooit aansprakelijk gesteld worden voor de eventuele onjuistheid of onvolledigheid van bepaalde gegevens in deze publicaties. Niets in deze publicatie mag gereproduceerd worden zonder de voorafgaande uitdrukkelijke en schriftelijke toestemming van Securities De Munter. Deze publicatie is onderworpen aan het Luxemburgs recht en aan de uitsluitende rechtsmacht van de Luxemburgse rechtbanken.