

WOMEN TO WATCH

Anne-Sophie Charle

Première marque de cosmétiques issue des vignes wallonnes, Maison Éole s'est imposée dans les pharmacies et est présente sur le pavillon belge de l'exposition universelle Osaka 2025. En trois ans à peine, elle rejoint le monde prestigieux de l'hôtellerie de luxe et vient d'être choisie par le Sofitel de Bruxelles. Une consécration pour sa fondatrice, Anne-Sophie Charle.

Par Aurélia Dejond

Elle est rayonnante, portée par la fulgurance de la success story amorcée en décembre 2021 et les bonnes nouvelles qui se succèdent. En juillet dernier, sa marque a fait une entrée remarquée dans l'univers du spa avec l'ouverture de My Wellness by Maison Éole, au cœur de My Hotel, élégant 4 étoiles à Malmédy⁽¹⁾, et depuis mi-octobre, le Sofitel de Bruxelles propose l'Espace de Beauté By Maison Éole⁽²⁾. Deux magnifiques reconnaissances pour cette entrepreneure visionnaire qui a reçu fin septembre l'Award de la catégorie Women in organic Cosmetics, décerné par le Sommet mondial annuel des Femmes AgriTech & Bio, qui rassemble plus de 60 délégations féminines du monde entier, engagées pour une consommation plus durable. Un parcours remarquable né d'une reconversion professionnelle à l'âge de 44 ans, après une carrière de manager public. Trois ans à peine après le lancement de son label, Anne-Sophie Charle reste régie par un désir d'excellence toujours plus grand. « Je ne m'attendais pas du tout à un tel succès, surtout dans un secteur aussi saturé que la cosmétologie. Je ne voulais pas créer une énième marque, j'ai travaillé longtemps à son ADN », sourit cette fille de pharmacienne, qui a toujours baigné dans la dermo-cosmétique et adorait déjà les échantillons que lui ramenait sa maman.

ODE AU TERROIR

« Les sarments de nos vignes contiennent un polyphénol puissant, dont l'efficacité a été prouvée. Valoriser le terroir était pour moi une évidence, au même titre que revendiquer une démarche durable : les formulations sont 100 % naturelles et vegan », sourit Anne-Sophie Charle. Son credo ? Créer une identité olfactive singulière, une émotion polysensorielle qui ne ressemble à aucune autre. « Mon mari a réussi à ériger les bulles belges au rang de référence mondiale, avec Le Domaine du Chant d'Éole. J'ai relevé le même défi en créant la première marque belge de cosmétiques issues de la vigne. Mon objectif était d'insuffler une autre façon de "consommer" ce type de produits, avec notamment des contenants réutilisables, qui soient de beaux objets ». Un souhait d'éco-responsabilité qu'elle a confié au designer belge Charles Kaizin, son directeur artistique pour le lancement du label. « Je l'ai challengé grâce à une bourse que j'ai obtenue, destinée à aider les créateurs désireux d'intégrer une démarche design dans leur projet. Il a imaginé des flacons de verre emballés dans de jolis coffrets en bois. Trois ans plus tard, je suis émue de constater l'attachement du public pour la fragrance Maison Éole ». La toute nouvelle gamme de bain Volupté, destinée à l'hôtellerie de luxe comme aux particuliers, participe à l'évolution du posi-

tionnement de la marque, pour laquelle sa fondatrice a beaucoup d'ambition.

« Je suis une femme de challenge, Maison Éole est devenue mon moteur, j'aime l'idée de créer de l'emploi, de susciter des vocations, d'inspirer, ça change le sens d'une vie professionnelle ! »

(1) myhotel.be

(2) sofitel-brussels-europe.com

“Je ne m'attendais pas du tout à un tel succès, surtout dans un secteur aussi saturé que la cosmétologie. Je ne voulais pas créer une énième marque, j'ai travaillé longtemps à son ADN”

