



BEAUTYTECH COMPANY

De eerste ontwikkelingspool die Jean-Charles Bondy in het Belgische filiaal wil aanpakken is de digitalisering. *“Wij wensen een BeautyTech Company te worden – onder andere via de e-commerce. Tot op heden is de online verkoop goed voor 15% van onze omzet. Met de lockdown door Covid-19 moet dit cijfer stijgen naar 20-25%. De crisis zal de omschakeling dus versnellen.”* Maar de ambitie van de groep reikt duidelijk verder dan enkel e-commerce. *“We willen de consument een platform aanbieden waarop ze de nodige informatie kunnen vinden en een zo goed en ludiek mogelijke ervaring kunnen beleven. We moeten de performantie van onze*

producten dus combineren met de mogelijkheden van de digitale technologie. Die biedt nu al talrijke mogelijkheden voor een gepersonaliseerde aanpak, advies en virtuele tests – bijvoorbeeld om kleuren te combineren en te proberen. En dit alles zowel thuis als in de winkel.”

Voor deze ontwikkelingen investeerde de groep onder andere in Modiface, een Canadees bedrijf gespecialiseerd in de Virtual Try On of het online testen van producten. *“Het is onze taak deze tools lokaal te gebruiken. En er andere te ontwikkelen in samenwerking met al wie zin heeft om deel te nemen aan deze projecten”* verduidelijkt Jean-Charles Bondy, die ook meegeeft dat hij

graag wil samenwerken met Belgische ondernemers met goede ideeën en een passie voor het thema. *“Belgen zijn zeer creatief en hebben een neus voor opportuniteiten.”* Lokaal ontwikkelen is zinvol aangezien de consumenten zeer verschillend zijn. *“Elk land heeft, gelukkig maar, zijn eigen cultuur. Maar toch zijn er raakvlakken. Zo kijkt bijvoorbeeld iedereen naar Netflix...”*

MILIEUBEWUSTZIJN

De tweede strategische ontwikkelingspool is het milieu. *“Wij willen dat onze ontwikkelingen beantwoorden aan hoge standards in duurzaamheid. Ons milieubewustzijn is niet recent. Toen ik bij L’Oréal kwam maakten we een einde aan*

tests op dieren. Op het einde van de jaren 80 waren er niet veel bedrijven die hier oog voor hadden. Onze fabriek in Libramont is al sinds 2009 koolstofneutraal. Maar milieubewustzijn overstijgt het productieproces”, onderstreept Jean-Charles Bondy die het ook heeft over mobiliteit van de werknemers, recycleerbaarheid van verpakkingen, logistiek, de hoeveelheid water die nodig is om de producten te gebruiken... “Onze teams die rond milieuthema’s werken, zullen in de komende jaren uitgebreid worden. Wij hebben een duidelijk beeld van waar we naartoe gaan. Veel zaken zullen lokaal aangepakt worden, onder andere de logistiek. De coronacrisis heeft me er ook bewust van gemaakt dat talrijke initiatieven maar mogelijk zijn door samen te werken. Denk maar aan afvalverwerking, waarvoor we met verschillende lokale actoren moeten samenwerken.”

Jean-Charles Bondy gelooft heilig in samenwerking binnen het bedrijf. “Ik ontdekte pas laat nieuwe managementmethodes die een bedrijf wendbaarder moeten maken. Voorwaarden hiervoor zijn weinig hiërarchische niveaus en geen silostructuur. Ons idee is om voor een project dat

verschillende departementen aangaat, multidisciplinaire teams samen te stellen en hun kader te geven. Daarnaast willen we het beslissingsniveau zo laag mogelijk houden zodat iedereen meer verantwoordelijkheid krijgt. De problemen worden onderverdeeld in subproblemen die de werknemers een voor een oplossen. Autonomie stimuleert de creativiteit.”

ik altijd gewerkt in milieus waar ik het voordeel had om diegene te zijn die van buiten kwam maar die begreep hoe mensen functioneren”, verduidelijkt de CEO die zich ondanks zijn Franse afkomst een echte Europeaan voelt.



MULTICULTURELE TEAMS

Een derde globale strategische pool die Jean-Charles Bondy na aan het hart ligt is diversiteit. “Ik ben ervan overtuigd dat onze toekomst bepaald zal worden door onze capaciteit om met verschillende mensen samen te werken en om multinationale en multiculturele team samen te stellen. In mijn carrière heb