

# CYCLEUR DE LUXE

## *Voor gepassioneerde wielersfans*

In het Belgische Drogen, vlakbij Gent staat het hoofdkantoor van Cycleur de Luxe. Hier wordt door een klein team hard gewerkt aan de schoenencollecties van dit merk. We spreken Patrick Vanneste, de oprichter van het merk over zijn dromen, ambities en hoe deze tot uiting komen in zijn merk. Een bruisende en inspirerende persoonlijkheid vol mooie verhalen en bijzondere ideeën.

**Vertel eens Patrick, hoe kwam je op het idee van Cycleur de Luxe?**

“Een flink aantal jaren terug was ik op zoek naar een nieuwe uitdaging. Ik had mijn toenmalige schoenenlabel verkocht en was mij aan het bezinnen op wat ik wilde. Vrienden spoorden mij aan om met hen te gaan fietsen en al snel werd ik gegrepen door de wielersport. Ik kwam tot de conclusie dat er lifestylemerken bestaan voor voetballers, tennissers, surfers en zeilers, maar dat er nog niks was voor wielrenners. Die gedachte voelde als een eureka moment. Ik zag opeens een gat in de markt en voelde meteen de behoefte om dat gat te gaan vullen.”

**“Het creëren van een collectie is als het dirigeren van een orkest.”**

**Hoe kwam je aan de merknaam?**

“De naam Cycleur schoot direct door mijn hoofd. Eigenlijk is de naam voor een wielrenner in het Frans een cyclist, maar in het dorp waar ik vandaan kom, spreekt men een dialect en is het woord verbasterd tot cycleur. Bij het idee van een eigen lifestylemerk voor wielrenners had ik gelijk een luxueus gevoel, want de kwaliteitsnormen liggen hoog in de sportwereld. Om dit tot uiting te brengen in de merknaam, maakte ik er uiteindelijk ‘Cycleur de Luxe’ van. Mede omdat men vaak veronderstelt dat beter materieel leidt tot topprestaties!”

**Wat spreekt je zo aan in de wielersport?**

“In de eerste plaats is fietsen natuurlijk heerlijk, je rijdt door de natuur en bent in beweging. Maar daarnaast is wielrennen ook een toffe sport. Cyclisten zijn vaak familiemensen en houden



van een pint na het rijden, van een bourgondische gezelligheid. Weinig sporten zijn zo laagdrempelig, bij wielrennen is er geen sociale noch sportieve drempel om mee te mogen doen. Natuurlijk is lang niet iedere fietser professioneel, maar bij deze sport is wel iedereen even gepassioneerd en dat vind ik zo geweldig aan het wielrennen.”

**Tussen een idee en een groot merk zitten veel stappen, hoe heb je dit verwezenlijkt?**

“Zodra ik Cycleur de Luxe had bedacht, had ik gelijk een sneaker in mijn hoofd met een minimalistische zool, geïnspireerd op de uppers van vintage fietsschoenen. Deze sneaker is nog altijd terug te zien in de huidige collecties, de basis was dus gelijk goed. Ik wilde schoenen maken voor iedereen zonder identiteit te verliezen. In eerste instantie koos ik voor kleur, want fietsen en fietstruien zijn altijd kleurrijk. Hiermee viel ik op binnen de retail en bovendien past dit bij mij. Ik ben ervan overtuigd dat je alleen een succesvol merk neer kan zetten als je dichtbij jezelf blijft. Nadat de eerste collectie goed was opgepakt, ging ik ook prints gebruiken. Ik was de eerste die dit deed bij mannen-schoenen en werd al snel een pionier binnen de branche.”

**Het merk was dus vanaf het eerste moment een succes?**

“Eigenlijk wel. Ik heb altijd gewerkt in de retail en ik wist daarvoor welke mensen ik moest betrekken bij mijn merk. Omdat ik benieuwd was waar cyclisten precies naar op zoek waren, ging ik op zoek naar allerlei verschillende type wielrenners. Mijn vader heeft altijd een vlasfabriek gehad en het bleek dat veel van zijn medewerkers ook heel erg van wielrennen hielden. Bij hen ging ik dus na wat ze zochten in een schoen of een sneaker.

Daarnaast spreek ik menig bekend wielrenner en ook zij geven graag hun mening over de collectie. Ik probeer op die manier zo'n breed mogelijk publiek aan te spreken."

#### **Inmiddels is Cycleur de Luxe een internationaal merk, ging dat ook vanzelf?**

"Niets gaat vanzelf. Ik ben een gepassioneerde businessman, die keihard werkt en oog heeft voor het product, het design en de mogelijkheden daarvan. Het creëren van een collectie is als het dirigeren van een orkest. Je moet goed luisteren en beseffen dat de kleinste details het verschil maken. Gelukkig ben ik een ondernemer die aanvoelt wat morgen in is. Zo voelde ik bij de start van mijn bedrijf de internetrevolutie aankomen en wist ik direct dat als ik groot wilde worden, ik ook het buitenland erbij moest betrekken. Inmiddels worden we al in verschillende landen verkocht, maar in vijf jaar wil ik verder groeien naar 80 landen. Dat is ambitieus, maar dat past bij mij en mijn team."

## **"Ik wil een community brand worden!"**

#### **Je komt erg zelfverzekerd over, heb je ook onzekerheden?**

"Als businessman moet je natuurlijk zelfverzekerd zijn, maar natuurlijk heb ik ook mijn gedachtes. Nadat Cycleur zo'n succes was geworden in de Benelux, besloot ik dat ik wilde uitbreiden naar Amerika. Maar ik twijfelde enorm of het merk aangepast moest worden aan de Amerikaanse markt. Ik was er maar over aan het nadenken en eenmaal in Amerika aangekomen, besloot ik in mijn hotel dat ik maar een pintje moest gaan drinken en slapen. In de lobby van het hotel zag ik een man zitten met schoenen van Cycleur de Luxe. Ik besloot naar hem toe te gaan

zonder te vertellen wie ik was. Het bleek een Amerikaan te zijn die de schoenen had gekocht op een trip door Europa. Hij vertelde vol enthousiasme over de schoenen en ik praatte met hem mee. Uiteindelijk gaf ik de man mijn businesscard en dat was zo'n waanzinnig moment, want op dat moment besepte ik dat ik helemaal niks aan mijn merk moest veranderen. De klant waardeert het juist als je dichtbij jezelf blijft."

#### **Hoe zie je de toekomst van Cycleur de Luxe?**

"Ik wil echt een community brand worden. Een internationaal merk dat iedereen aanspreekt die van fietsen houdt. Waar je ook woont en hoe jong of oud je ook bent. Daarbij horen schoenen, maar eigenlijk ook kleding. Daarnaast zou ik met mijn merk iedereen willen verleiden om te gaan fietsen, op die manier zou ik ook nog een ecologische stempel kunnen drukken. Als ik ook op die wijze mensen kan inspireren, dat zou echt fantastisch zijn!" #



#### **Over het merk**

Cycleur de Luxe is opgericht in 2011. Geïnspireerd door de wereld van de wielrenners, besloot Patrick Vanneste zijn liefde voor deze sport te combineren met zijn kennis van de schoenenwereld. Met een knipoog naar de fietsschoenen uit de jaren '50 combineert Cycleur de Luxe nostalgische elementen met frisse kleuren. Hiermee brengt het merk niet alleen een ode aan het doorzettingsvermogen van de Flandriens van weleer, maar aan iedereen die zich op een sportieve, positieve manier een weg door het leven baant.