

Metis in bruin flesje en hip doosje

De stijlvolle verpakking van Metis viel dit jaar maar liefst twee keer in de prijzen. Zo won de Belgische start-up, die natuurlijke voedingssupplementen produceert, in het voorjaar een Dieline Design Award in Chicago. In augustus haalde het bedrijf uit Edegem een tweede award binnen: de Britse D&AD Award. "Dit is een primeur voor de Belgisch farmaceutische en voedingssupplementenmarkt", aldus een enthousiaste Maxim Christiaen, co-Founder & COO van Metis.

Bijna één op vijf Belgen gebruikt voedingssupplementen. Toch moeten supplementen opboksen tegen een negatieve reputatie, want veel goedkope multivitaminen zijn onvoldoende gedoseerd en hebben nauwelijks effect", aldus

Christiaen. Start-up Metis Supplements pakt het anders aan. Het familiebedrijf kan daarbij rekenen op de ondersteuning van Start it @KBC. "De grootste accelerator voor start-ups in België."

Drie formules

Metis maakt naar eigen zeggen hoogwaardige en natuurlijke voedingssupplementen. Het bedrijf gebruikt "alleen natuurlijke, krachtige én wetenschappelijk bewezen elementen, en dat in effectieve dosissen. Bovendien worden de voedingssupplementen van Metis alleen in apotheken verkocht, waar elke claim gestaafd moet worden", aldus Christiaen.

Uniek design

Design is één van Metis' topprioriteiten, omdat ze de effectiviteit willen verbeteren. "Supplementen belanden vaak in één of andere keukenkast of in het medicijnkastje dat alleen open gaat wanneer mensen ziek zijn. Metis wil er met een modern design voor zorgen dat de potjes niet in de kast verdwijnen maar net op de keukentafel terecht komen. Op die manier springen ze meer in het oog en ondersteunen ze de dagelijkse inname. De zogenaamde therapietrouw krijgt hierdoor een stevige boost."

Bruin flesje

Metis koos weloverwogen voor een bruin glazen flesje in de vorm van de traditionele maatbeker, voorzien van een strakke verpakking en etikettering. "Dit was puur voor esthetische rede-

nen en een knipoog naar de oude farmaceutische bruine flessen als een mooie touch." Christiaen licht toe dat de standaard glazen maatbekers in Duitsland worden gekocht van de laboglasfabrikant Duran Schott. "Daarna worden deze voor ons bewerkt door een derde partij. Deze worden dus finaal speciaal voor ons gemaakt." De maatbekers zijn respectievelijk 7 en 8 cm hoog voor de 100ml & 150ml versies. Deze hebben variabele groottes voor de andere hoeveelheden capsules. "Het afvullen gebeurt nu nog in de gecertificeerde ruimtes van een partner maar wij zijn nog op zoek naar andere mogelijkheden bij de komende groei."

Wit etiket

Er werd bewust gekozen voor een wit etiket. "De insteek was om een authentieke verpakking



Een mooi design heeft volgens Metis het voordeel dat de supplementen op de keukentafel in plaats van in de kast komen te staan.



Een dwarsdoorsnede van het assortiment dat verpakt is in bruine apothekersflesjes en mooi bedrukte doosjes met per formule een eigen kleurcode.

te creëren waarbij de bruine maatbeker en het witte etiket elkaar versterkten. Maar op de achterkant van het witte etiket zal je altijd de kleur terugvinden van de respectievelijke formule.” Op die manier is met het verpakingsdesign een soort ouderwets geneesmiddelengevoel gecreëerd. “Dit ‘oude, goede’ gevoel hoort hier helemaal thuis en ligt ook in lijn met onze historiek: de formules zijn destijds door een apotheker voor zijn studerende kinderen ontwikkeld.”

Het speelse lettertype lijkt in eerste instantie in contrast met de ouderwetse verpakking, maar combineert toch heel goed. “Heimat mono is iets origineels

en het combineert de elegantie van onze verpakking met het jonge dynamisme dat er bij ons leeft. We zijn niet het zoveelste bedrijf dat zichzelf te serieus neemt, maar een uitdager die graag van het leven geniet.” De bijzondere E met een aantal extra horizontale streepjes komt van de hoeveelheidsaanduiding van het originele bekeerglas. “Dit verwijst naar de juiste afweging/afmeting van de ingrediënten.”

Kleur en nummer per formule

Metis koos om transport- en praktische redenen voor een om-doosje voor de consumentenverpakkingen. “Hierdoor blijft de

glazen verpakking altijd intact – er is nog nooit een kapot exemplaar ergens aangekomen – en kan ons product mooi tentoongesteld worden in de rekken. Daarvoor zorgt ook de combinatie van de gedraaide vlakken.” De grijs tinten zijn een resultaat van de beoogde look & feel: strak, premium, passend bij het bruine potje. De kleuren flap is per formule uniek. Deze wordt gebruikt als herkenningpunt voor zowel de apotheker als de eindconsument. “Hierdoor kunnen men duidelijk zien welke formule men mee naar huis neemt en of welke formule ze opnieuw moeten gaan bestellen. Het cijfer is expliciet aanwezig om als herkenningpunt te gebruiken voor een herbestelling. Ook verwijst het grote cijfer naar een premium look&feel van Chanel nr. 5. Elke kleur heeft een eigen betekenis. Deze zijn gekozen naar de eigenschappen van de formules. Blauw bijvoorbeeld geeft rust en kalmte, dus die kleur moet de ‘Sleep formule’ vertegenwoordigen.” De kartonnen buitenverpakking is overigens van FSC-gecertificeerd materiaal.

Londens designbureau

Voor het complete verpakingsdesign tekende het Londense bureau Midday Studios. “Dit is een relatief jonge designstudio die we vier jaar geleden gecontacteerd hadden. Beide creatieve partners waren voorheen designers bij het befaamde Pearlfisher, voordat ze voor zichzelf begonnen.”

Het assortiment van Metis bestaat uit drie formules: Energy, Sleep en Beauty. Alle drie hebben ze hun eigen unieke nummer en kleur ter herkenning. Christiaan: “De Energy formule bevat een hoge dosis aan Ginseng, die je meer focus geeft en helpt tegen stress. De Sleep-formule werkt met een unieke combinatie van Valeriaan en Eschscholcia, die je beter doen in- en doorslapen. De derde, Beauty, formule bevat Bamboe, olijfolie extract en andere bouwstoffen. Deze bestanddelen zorgen samen voor minder haaruitval bij vrouwen, voller haar en sterke nagels.” De Metis bekertjes zijn te koop vanaf €22,50. ■

Tekst: Erik Kruisselbrink; Foto's: Metis



Metis is met een hoog gehalte ‘Christiaan’ een echt familiebedrijf. Vlnr: Dirk, Maxim, Christophe, Margaux en Caroline Christiaan en Nathalie Bongaerts.

Het ontstaan van Metis

Het verhaal van Metis begon met Dirk Christiaan. Hij is al meer dan twintig jaar een onafhankelijke apotheker met een warm hart voor zijn klanten. Hij ergerde zich vaak aan het feit dat hij voedingssupplementen moest verkopen die vaak niet sterk genoeg waren. Soms moest hij meerdere doosjes meegeven om in de buurt van de juiste dosering te komen. Dit was de aanleiding om zelf formules te ontwikkelen die sterk genoeg waren om gericht te werken bij veelvoorkomende klachten. De formules gebruikten ze regelmatig binnen het gezin, bijvoorbeeld tijdens examens. En met succes, aldus Christiaan lachend die zichzelf als een wat eigenwijze apotheker betitelt. Uiteindelijk besloten Dirk en zijn kinderen (Christophe, Carolina, Maxim en Margaux) om er een bedrijf van te maken, zodat zij niet alleen zelf maar ook anderen konden profiteren van de door hen ontwikkelde supplementen. Elke zondagavond hielden zij een bespreking rond de keukentafel om Metis verder te ontwikkelen. En zo werd Metis Supplementen geboren in november 2017.