L'Agefi - 12.04.2013

L'ingrédient déterminant pour les ambitions internationales

SPIRALPS. *La start-up valaisanne commercialise depuis fin 2012 sa boisson à base de spiruline.*

DAMIEN GROSFORT

Considérée par la NASA comme l'un des vingt aliments de survie indispensables lors des missions spatiales de longue durée, la micro-algue spiruline est le nouveau produit naturel en vogue. La start-up SpirAlps la propose en Suisse depuis fin 2012, sous la forme d'une boisson fraiche innovante et revitalisante. L'entreprise mise sur les nombreuses propriétés bienfaisantes du produit et l'engouement des clients pour intensifier sa distribution en Suisse et se positionner en priorité sur les marchés anglais et allemand. Créée en 2011 par Frédéric Dubois et Yannick Lesbros, l'actuel CEO, la start-up basée à Vétroz (VS) est née de leur découverte de la spiruline en 2008. Majoritairement consommée par les femmes (pour lutter contre l'anémie) et les sportifs (pour préparer une compétition et pour la récupération), la micro-algue originaire d'Asie et d'Amérique latine est connue depuis des siècles pour sa richesse en nutriments, antioxydants, minéraux, et autres vitamines. Proposée en Suisse uniquement sous la forme de pilules, disponibles en pharmacie, les deux associés ont décidé d'en faire une boisson grand public à part entière. «Nous sommes les seuls au monde à proposer de la spiruline fraiche et sous sa forme intégrale. Notre boisson est 100% naturelle puisque nous n'y ajoutons que des fruits bio et des herbes des Alpes» précise Yannick Lesbros.

YANNICK LESBROS. Nous visons le marché nord européen avec notre boisson 100% naturelle.

La commercialisation de la boisson a été lancée en Suisse avec le distributeur Emmi Interfrais. Près de 120 points de vente proposent déjà la bouteille de 20 cl. au prix de 3,90 francs. La priorité de SpirAlps est d'intensifier rapidement le réseau de distribution, comme le confirme son CEO: «Nous venons de terminer une phase de test très concluante avec Manor, qui distribue depuis quelques jours notre produit dans 15 grands points de vente de centre-ville.» Aussi présente sur la plateforme commerciale leshop.ch, la boisson de couleur verte devrait sous peu être disponible dans de nombreuses chaines de boutiques bio, y compris en Suisse alémanique.

L'équipe de trois collaborateurs devrait être étoffée d'ici la fin de l'année pour exploiter encore mieux le potentiel de ce produit naturel. La spiruline est en effet considérée par l'Office fédéral de la santé publique comme un aliment à part entière, «une nécessité pour nous permettre de nous imposer sur le marché local» ajoute Yannick Lesbros.

Alors qu'un produit comparable constitué à base de spiruline séchée (la boisson Odwalla qui appartient à Coca-Cola, ndlr) existe déjà aux Etats-Unis, l'entreprise valaisanne ne voit pour l'instant aucun concurrent direct en Suisse, et très peu Europe. Le CEO de SpirAlps confirme cette situation: «La spécificité et le caractère unique de notre boisson nous motive à attaquer en priorité, dès 2014, les marchés du nord de l'Europe, en particulier les grandes villes allemandes et surtout l'Angleterre, la communauté anglaise locale étant véritablement séduite par notre concept et la qualité de notre boisson.»

Si l'implantation de SpirAlps en Valais s'explique par le climat ensoleillé (pour la production des fruits) et la présence de l'entreprise partenaire en charge de l'embouteillement, Yannick Lesbros évoque l'ambition de la start-up de posséder un jour sa propre structure de production: «Nous sommes très satisfaits de la collaboration avec nos sous-traitants, mais notre objectif est de pouvoir cultiver d'autres algues, dans le cadre d'un vaste projet, plus académique et scientifique.» Le CEO de 38 ans confirme ici les futures collaborations avec les hautes écoles scientifiques de Suisse romande.

Autofinancée depuis ses débuts, SpirAlps a procédé à une première levée de fonds en novembre 2011 (plusieurs centaines de milliers de francs, ndlr), pour effectuer une vaste étude de marché et concevoir le produit pilote. Une seconde levée de fond de 550.000 francs vient d'être clôturée, afin d'accentuer la présence de la marque en Suisse. Outre ses deux créateurs, qui sont actionnaires majoritaires, les autres actionnaires de la start-up sont principalement des entrepreneurs locaux privés, auxquels s'ajoutent des business angels ainsi que le canton du Valais. Alors que la boisson suisse a déjà été vendue à plusieurs milliers d'exemplaires, Yannick Lesbros se fixe comme objectif d'atteindre, dès que possible, le rythme mensuel de 20.000 unités écoulées.

Aujourd'hui concentrée sur la vente d'une seule boisson, SpirAlps prévoit de proposer de nouvelles recettes avec d'autres arômes, mais aussi de travailler d'autres algues ayant d'autres couleurs. Confirmant la disponibilité à venir de la boisson dans des formats plus grands, le responsable insiste sur l'importance des tests et séances de dégustations effectués régulièrement: «Comme notre boisson est consommée à 80% par des femmes urbaines, mais aussi par des enfants, nous devons proposer un produit sans cesse amélioré et qui plaise sur la durée.» Evoquant la poursuite de la médiatisation de son entreprise dans les mois qui viennent, l'adepte du «raw food» (la consommation d'aliment ou de boisson à l'état brut, sans cuisson ni additif, ndlr) se réjouit des partenariats en cours avec un grand nombre de manifestations sportives et festivals musicaux à travers la Suisse. ■

LA COMMUNAUTÉ ANGLAISE EN SUISSE A ÉTÉ RAPIDEMENT SÉDUITE PAR LA QUALITÉ DE NOTRE BOISSON. CE CONCEPT DEVRAIT PLAIRE EN ANGLETERRE.