Le Temps - 16.04.2013

En Valais, deux start-up misent sur des boissons «originales»

> Consommation Antidot lance une fiole contre les soirées arrosées et SpirAlps s'appuie sur les bienfaits de la spiruline

Une forte odeur de plantes monte au nez en ouvrant la fiole Actidot. Cette nouvelle boisson sucrée possède un goût complexe, alliant un mélange de jus de citron, de menthe, de l'aloe vera, de romarin et de camomille. Lancée sur le marché il y a cinq mois par deux jeunes entrepreneurs, Renaud Jubin et Maxime Flury, Actidot est distribué dans une soixantaine de points de vente, notamment des pharmacies, des bars ainsi que Manor à Sion. «La boisson a pour spécificité d'améliorer la digestion après un repas copieux, et d'assurer un certain bien-être le lendemain d'une soirée bien arrosée, sans toutefois diminuer le taux d'alcoolémie, précise Renaud Jubin. L'aloe vera stimule la digestion, le romarin soulage des migraines, la menthe agit contre l'envie de vomir et la camomille calme les maux de tête. Sucrée grâce à du sirop d'agave, Actidot ne possède pas d'agents conservateurs. C'est le jus de citron qui remplit cette fonction.»

Les deux fondateurs de la start-up valaisanne Antidot, qui ont participé à Venture Challenge, un cours de la Haute Ecole d'ingénieurs et de gestion d'Yverdon, ont découvert une boisson semblable lors d'un voyage en Asie. A leur retour, ils décident de répliquer la formulation du breuvage avec des plantes et un savoir-faire helvétiques. Ils mandatent un laboratoire spécialisé dans les huiles essentielles en Valais, ainsi que l'herboriste Jean-François Mottier pour élaborer une recette. En octobre dernier, ils fondent la start-up Antidot, hébergée à Espace Création, à Sion.

Objectif de 100 000 ventes cette année

«En trois mois, nous avons écoulé 12 000 petites bouteilles, uniquement en Valais et à Neuchâtel. C'est beaucoup plus que ce que nous avions prévu, se réjouit Renaud Jubin, qui compte essentiellement sur le bouche-à-oreille pour faire connaître sa boisson vendue aux alentours de 5 francs la fiole de 60 ml. Nous espérons en vendre 100 000 cette année.»

Soutenue par la plateforme Inartis, la start-up peut compter sur les conseils de Jean-Pierre Besson, qui a effectué toute sa carrière professionnelle chez Nestlé, où il s'est occupé de production industrielle alimentaire. «Jean-Pierre Besson nous conseille pour éviter certains pièges, et nous donne accès à son réseau», note Renaud Jubin. Antidot prévoit de renforcer sa présence sur le marché suisse, en travaillant avec des partenaires, et de s'attaquer dès cet été aux pays limitrophes.

Une deuxième start-up établie en Valais a commercialisé une boisson «originale». On la surnomme l'«algue du sportif», l'«algue 100% bienfaits», etc. La spiruline bénéficie de ces qualificatifs en raison d'atouts nutritifs déjà connus il y a plusieurs siècles. Elle est hyperprotéinée (55 à 70% de son poids, contre 31% pour le bœuf, par exemple), et a une forte teneur en vitamines (B12 en particulier), en antioxydants et en minéraux tels que le fer. Si, aujourd'hui, elle est essentiellement consommée sous forme de comprimés en Suisse – 5 à 8 tonnes par année –, Yannick Lesbros et Frédéric Dubois ont monté une start-up autour de cette micro-algue pour en changer le mode de consommation.

Les deux compères ont basé leur société, SpirAlps, à Vétroz (VS), parce qu'ils «ont reçu de nombreux soutiens du canton» et trouvé un endroit propice à leur activité. En effet, c'est sur le site de l'entreprise Biofruits qu'ils assemblent et embouteillent leur boisson verte, au goût dominant de pêche. «Nous voulions conserver les vertus de la spiruline, mais en faire un produit à valeur ajoutée», explique Yannick Lesbros.

Pasteurisation à froid unique en Suisse

Après avoir créé leur société fin 2011, les associés ont finalisé leur recette 100% naturelle avec de la pomme locale, des herbes des Alpes, du jus de citron bio et de la pêche importée, qui a été améliorée par une société alémanique. «Nous avons décidé de nous fournir en spiruline cultivée en Allemagne, par des biologistes dans un environnement contrôlé», détaille l'associé.

La société valaisanne a réalisé deux levées de fonds, dont une récente de 550 000 francs. «Beaucoup d'investisseurs qui nous ont soutenus ont été touchés par notre projet d'un produit concret, alors que l'écrasante majorité des propositions qui leur sont soumises sont justes technologiques», relève-t-il. Pourtant, SpirAlps a également innové, puisque sa boisson est la première au niveau mondial à utiliser de la spiruline fraîche et est la première en Suisse à être pasteurisée à froid. Cette pascalisation, un procédé de conservation consistant à soumettre les aliments à de très fortes pressions, de l'ordre de 6000 bars (la pression atmosphérique est de 1 bar), afin d'inhiber les agents pathogènes, est réalisée par une société zurichoise, les équipements s'avérant très onéreux.

SpirAlps met désormais l'accent sur la distribution. Ainsi, la jeune pousse a déjà déniché des partenaires comme Emmi ou LeShop. «Nous venons également de conclure avec Manor», se félicite le dirigeant. Pour l'heure, la production et les ventes sont confidentielles. «Sur un marché des boissons fonctionnelles estimé à 220 millions en Suisse, nous aimerions bien prendre 4 à 5%», poursuit Yannick Lesbros. SpirAlps a également redéfini sa stratégie de prix (de 4,90 francs à 3,90 francs la bouteille de 200 ml) pour accroître ses volumes. «C'est un effort important, auquel ont participé les distributeurs et fournisseurs, mais c'est surtout un pari sur l'avenir», estime le patron de la PME valaisanne, qui emploie trois collaborateurs.

La start-up développera d'autres contenants (demi-litre, par exemple), pour toucher les familles. Ce n'est qu'en 2014 qu'elle ambitionne d'attaquer d'autres pays. **Ghislaine Bloch et M.-L. C.**