

Le liégeois Univers Drink surfe sur la vague du sans alcool



L'ECHO - 07 Aug. 2018
Pagina 12

Univers Drink > Création: 2009 > Actionnaires: Arnaud Jacquemin, Rachid Gacem et Meusinvest (33 % chacun) > Créneau: Les boissons sans alcool "festives" > Production: un million de bouteilles par an > Principaux marchés: Europe (en particulier les pays nordiques) et Asie > Emploi: 10 salariés (+ 5 dans la ...

Univers Drink

> Création:

2009

> Actionnaires:

Arnaud Jacquemin, Rachid Gacem et Meusinvest (33 % chacun)

> Créneau:

Les boissons sans alcool "festives"

> Production:

un million de bouteilles par an

> Principaux marchés:

Europe (en particulier les pays nordiques) et Asie

> Emploi:

10 salariés (+ 5 dans la filiale française implantée à Nîmes)

Le résumé

La société créée en 2009 par Arnaud Jacquemin et Rachid Gacem diversifie sa gamme et continue de s'étendre.

Son créneau: le "sans alcool festif".

Après le vin et les bulles, elle se lance dans les cocktails sans alcool.

Moins de pesticides, moins de sucre, moins de graisses: la société du "moins de" englobe désormais les boissons. Les breuvages sans alcool connaissent un succès croissant. Les grands brasseurs sont toujours plus nombreux à investir ce terrain. Les vins désalcoolisés se taillent eux aussi leur petit succès, et les cocktails sans alcool ont désormais pignon sur rue.

Dans ce petit monde de moins en moins marginal, la société liégeoise Univers Drink fait figure de précurseur. Créée en 2009 par un entrepreneur belge et un français, Arnaud Jacquemin et Rachid Gacem, elle s'est lancée en passant contrat avec un producteur belge de sodas pour la fabrication d'une boisson festive "halal", autrement dit totalement dépourvue d'alcool. Elle propose aujourd'hui une quinzaine de produits garantis 0% d'alcool.

0%, vraiment? "Oui, répond Arnaud Jacquemin. La technique d'évaporation à basse température sous vide permet d'obtenir une boisson totalement dépourvue d'alcool tout en préservant ses propriétés organoleptiques. Il suffit de chauffer le vin doucement jusqu'à ce que l'alcool disparaisse complètement."

La gamme d'Univers Drink comprend des vins effervescents (demi-sec, brut et rosé), des vins tranquilles (un merlot rouge, un chardonnay et un rosé) achetés en Espagne et, depuis le printemps, des cocktails sans alcool (mojito, Spritz, hugo).

Pas que le monde musulman

Contrairement à ce qu'on pourrait croire, le monde musulman n'est pas un marché prioritaire pour Univers Drink. "Il y a dans les pays occidentaux une frange de la population qui ne peut plus ou ne veut plus consommer d'alcool. Nous lui proposons une alternative offrant un goût complexe", dit Arnaud Jacquemin.

La répartition des marchés est très parlante à cet égard. L'Europe, et en particulier les pays nordiques, est le premier marché avec 40% du chiffre d'affaires, devant l'Asie (20%), le Canada (15%), le Moyen-Orient (15%) et l'Afrique (10%). Et selon Arnaud Jacquemin, les perspectives de croissance se trouvent plutôt en Europe que dans les pays musulmans.

Univers Drink, qui emploie une dizaine de personnes (et cinq dans une filiale française à Nîmes), est propriétaire des recettes et des marques. La production - un million de bouteilles par an - est assurée par trois sous-traitants implantés en Belgique, en Allemagne et en Espagne.

Une croissance à deux chiffres

Malgré la prolifération de la concurrence, la société liégeoise continue de grandir. "Notre marge de progression reste appréciable: en un an, notre croissance a oscillé entre 30 et 50% selon les points de vente", souligne Arnaud Jacquemin.

Les produits d'Univers Drink sont aujourd'hui vendus dans les rayons des Carrefour, Mestdagh, Delhaize, Intermarché et autres Cora ou Match. Reste à convaincre la première enseigne du pays, Colruyt, connue pour sa prudence dans le lancement de nouveaux produits.

Soutenue depuis cinq ans par Meusinvest, qui possède un tiers du capital, Univers Drink se démarque en misant sur la qualité.

"Je vous assure que le goût de nos vins et vins pétillants est bluffant. Nous avons d'ailleurs reçu une Étoile d'Or de l'ITQI (International Taste and Quality Institute) lors de dégustations à l'aveugle", affirme le patron d'Univers Drink.

L'entreprise, qui a beaucoup investi durant quelques années, est aujourd'hui rentable. Et n'a pas fini de grandir.

Quatre nouveaux produits devraient ainsi être lancés d'ici la fin de l'année. Toujours dans le même créneau: le sans alcool festif, de plus en plus "tendance".

LUC VAN DRIESSCHE

Copyright © 2018 Mediafin. Alle rechten voorbehouden