

LOUIS FALISSE - **CHOCOLOW**

## De la carotte dans le chocolat

C'est en constatant la quantité de sucre dans le chocolat à tartiner que mangeaient ses enfants tous les jours que Louis Falisse eut l'idée de réinventer ce produit phare du petit déjeuner. Sa décision : remplacer le sucre par des carottes. Mais si ses premières recettes de pâte à tartiner n'étaient destinées qu'à ses enfants, le goût semblait plaire à d'autres. Germe donc rapidement l'envisage d'en faire un business. Pourtant, le jeune Brabançon n'a rien d'un pro de

l'alimentation, avec ses huit années en agence de pub. Mais il en avait fait le tour, "et la pub m'avait un peu usé", se souvient le fondateur de Chocowlow. Né dans une famille d'entrepreneurs, ce type de défi l'avait de toute façon toujours tenté.

### Un an pour tester le marché

Au démarrage, Louis Falisse se fait accompagner par des plateformes de soutien comme Cap Innove, Engine et le Smart Gastronomy Lab. De quoi sortir un produit et un nom : Chocowlow.



LAURIE DIEFFENBACQ (BELGA IMAGE)

MARTINE BAYENS - **MANI KOMBUCHA**

## 3.600 bouteilles de kombucha dans son garage

Après une longue carrière dans les datas et le digital avec des postes à responsabilité chez Truvo (anciennes Pages d'or), Bisnode et Econocom, Martine Bayens prend une année sabbatique juste avant la crise du covid. Et au moment de redémarrer dans des fonctions managériales, alors qu'elle a deux offres sur la

table, elle fait un choix surprenant : injecter toute son énergie dans le kombucha, ce thé fermenté qui a le vent en poupe et qu'elle a découvert chez des amis qui le produisent eux-mêmes. Une nouvelle passion dont elle décide de faire un business... Elle teste d'abord différentes recettes grâce au *scooby* (la bactérie souche) obtenu chez ces amis. "J'ai adoré et j'ai voulu en savoir plus.



Puis de commencer à le confronter au marché en démarchant les boutiques susceptibles d'être intéressées. Avec son chocolat fabriqué dans un atelier à Forest, l'entrepreneur se démène pour trouver des points de vente. C'est ce qui déterminera le succès de son projet qui, aujourd'hui, ne lui permet pas encore de vivre. Louis Falisse se laisse un an pour tester le marché et voir si cela peut prendre. Reste que son business n'est pas sans impact sur sa vie privée: il a fallu s'adapter puisque tous les samedis, Louis Falisse est en dégustation. "Cela empiète évidemment sur la famille parce qu'entreprendre demande de travailler plus. Mais c'est motivant de créer soi-même et d'avoir toutes les cartes en main pour faire grandir le projet."

Quant à la prise de risque, l'entrepreneur relativise: "Elle n'est pas

très grande. En tout cas, je ne le vois pas comme cela. Je n'ai que 34 ans et si un jour je dois abandonner le projet, j'aurai acquis de l'expérience et cela me permettra de rebondir". D'autant que ses investissements sont plutôt minimes. S'il est confiant, Louis Falisse avance toutefois avec prudence. Encore en "coureuse d'entreprises", il se donne jusque fin décembre pour trouver la mécanique de rentabilité du produit. Pour le développement commercial, il peut s'appuyer sur son expérience en agence, tout comme pour l'aspect gestion de projet. Quant au branding de la marque, son réseau lui a évidemment aussi permis d'obtenir ce qu'il voulait. La prochaine étape? Trouver des investisseurs qui permettront à l'entrepreneur de faire le nécessaire pour optimiser la production et ainsi s'assurer de vraie marges. **t**

Teston, qui a quitté son job dans les relations publiques pour se lancer dans la distribution de vins italiens. Parce que dans les grandes entreprises, les structures *flates* sont rares et l'on est généralement poussé à ne suivre que les décisions qui viennent d'en haut." Généralement, ce genre de ras-le-bol n'est toutefois pas la motivation principale du changement. Seulement son étincelle. "La vraie motivation se trouve souvent dans une forme de réalisation personnelle, observe Bruno Wattenbergh. Aborder quelque chose qui offre du sens..." Et la crise du covid semble n'avoir été qu'un accélérateur de cette prise de conscience, déjà amorcée chez une partie des travailleurs. Surtout en cette période troublée géopolitiquement et économiquement: nombreux sont ceux qui veulent apporter leur pierre à l'édifice et améliorer si pas le monde, au moins le quotidien des gens qui les entourent, que ce soit en matière environnementale, de santé, d'aide aux personnes...

De l'aveu de Louis Falisse, le fondateur de Chocow, c'est aussi "le sentiment d'avoir fait le tour" qui l'a poussé à quitter la publicité après huit années en agence. "Issu d'une famille d'entrepreneurs, j'ai toujours voulu me lancer dans la création d'une entreprise. La pub m'avait un peu usé et je sentais qu'il fallait passer à autre chose", se souvient-il. Mais c'est surtout pour réduire le sucre consommé par ses enfants au travers des pâtes à tartiner au chocolat que Louis Falisse a eu l'idée de combiner le chocolat et... des carottes. Le tout bio, bien sûr. Clientèle de départ? Juste sa progéniture. Puis lui est venue l'idée de confronter son innovation culinaire au marché et de lancer sa boîte. **t**

Comme je ne voulais empoisonner personne, j'ai suivi des cours de brassage, appris les processus de fermentation, suivi 75 heures de formation en ligne, etc.", raconte Martine Bayens. Une soif d'apprendre qui lui permet de maîtriser ce produit, le stabiliser et le faire reproduire chez un brasseur partenaire, développant quatre goûts différents. Dans son garage sont stockées aujourd'hui quelque 3.600 bouteilles de Mani Kombucha - le nom qu'elle a choisi - qu'elle fait découvrir autour d'elle mais aussi aux pros du secteur, entre autres des épiceries bios et l'horeca.

### Valider chaque étape

"La société n'est pas encore fondée, précise-t-elle toutefois. Je me laisse le temps de récolter les premiers retours avant de la lancer. J'avance de manière séquen-

tielle pour valider chaque étape." Elle si elle rencontre évidemment de temps en temps des contretemps, l'ancienne directrice de grosses entreprises ne doute pas qu'elle créera bien sa boîte, à terme. "Je pense que la démarche est plus fluide grâce à mon expérience en entreprise, analyse Martine Bayens. Sans cela, je n'aurais pas trouvé certaines solutions ou certaines bonnes personnes." La prise de risque est-elle moins élevée pour autant? "Pas forcément, je la sens quand même, admet-elle. Arriver à élaborer un produit est un vrai parcours qui n'est pas donné à tout le monde. Mais dans une carrière, on prend toujours des risques. Ici par contre, je suis seule face à moi-même et il faut y croire doublement." **t**

