

Bresse/Revermont/Dombes

Ils ont créé des boissons 100 % naturelles et une marque locale



Anthony Darmedru, Damien Jacquemet et Vincent Durant, fondateurs de la marque, avec Fanny Damour, commerciale et barmaid, travaillent aussi avec leurs compagnes. Photo Mathilde Villeminot

Trois entrepreneurs se sont lancés dans la conception d'un cola, d'un tonic et d'un kombucha et ont créé leur marque, K sodas. Avec un parti pris : proposer des boissons sans colorant ni arôme artificiel. Une dizaine de boutiques ont déjà les bouteilles dans leurs rayons.

Ils sont créateurs de thés, patrons de pub et chocolatier meilleur ouvrier de France. Et depuis quelques mois, ils sont aussi les créateurs d'une nouvelle marque de boissons, K sodas, « la french drink (1) qui pétille ». Originaires de l'Ain, ils se sont retrouvés autour d'une idée créative et pleine de fraîcheur : la conception d'un cola naturel. La mayonnaise a tellement bien pris entre eux que d'autres breuvages ont pu voir le jour, le cola vanillé, le tonic et le kombucha. Tous sont fabriqués selon des recettes pensées et conçues par Vincent Durant, artisan chocolatier à Châtillon-sur-Chalarnon.

Point de départ de cette aventure, les relations entre

Anthony Darmedru et les deux autres entrepreneurs, chacun de leur côté. « Un jour, Damien Jacquemet me dit qu'il aimerait qu'on se lance dans un projet de fabrication de soda. Quelque temps plus tard, Vincent Durant me parle du même projet. Je me suis dit qu'il fallait les réunir pour n'en faire qu'un », confie le cofondateur de Very Thés, marque créée dans le Revermont.

« On cuit, on infuse nous-mêmes »

L'alchimie s'est faite naturellement entre eux. Leur volonté commune de créer ce cola local, « sans trop chercher à copier la recette de celui que l'on connaît tous », a mené rapidement à l'envie de développer d'autres boissons naturelles, sans colorant ni arôme. « Les marqueurs sont difficiles à déloger, surtout pour le cola, explique Damien Jacquemet, le gérant du MacLaren's Pub, à Bourg-en-Bresse. Mais, là, il y a quand même une révolution dans le goût. » Il faut dire que la mise au point des recettes ne s'est pas faite en un jour. Vin-

cent Durant a fait bouillir ses méninges et ses papilles pour allier les ingrédients et les doser. « On a cherché les épices, les thés, les produits les plus nobles possibles », reconnaît-il. Jusqu'à parvenir à un résultat « gastronomique et gourmand ».

15 000

C'est le nombre de bouteilles de K sodas déjà produites.

Une première production a été faite au printemps. Les créateurs de K Sodas sont allés dans une commune à côté d'Albertville où se trouve l'usine d'un entrepreneur originaire de l'Ain, qui leur permet de concrétiser leur projet. « Nous avons produit 10 000 bouteilles de 33 cl de sodas (nature et vanillé, N.D.L.R.) et 5 000 bouteilles des autres boissons, énumère Anthony Darmedru. Mais nous allons lancer une plus grosse production en août

Des goûts et des couleurs qui mettent l'eau à la bouche

Les boissons de la marque K sodas sont toutes différentes. Mais elles ont un point commun qui saute aux yeux : chacune a une couleur bien particulière, sans pour autant avoir été coloré artificiellement. Leur goût rompt aussi radicalement avec les boissons du même type achetées habituellement dans le commerce.

« Le kombucha, par exemple, est rouge parce qu'elle est composée d'orange sanguine et du thé earl grey de Very Thés », décrit Vincent Durant. Le tonic, lui, arbore une couleur dorée, qui n'a rien à voir avec celle, neutre, de celui que l'on trouve en grande surface.

Le cola, enfin, a été décliné en deux produits, un nature aux arômes naturels frais et ultra-goûteux, et un autre vanillé.

Plus d'informations sur la page Facebook K sodas.



Les quatre boissons : le cola, le cola vanillé, le tonic et la kombucha. Photo Mathilde Villeminot

pour être prêts à la rentrée. » « Nous louons la ligne, nous ne sous-traitons pas, précise Vincent Durant. On cuit, on infuse nous-mêmes. » Pour l'heure, une dizaine de points de vente, comme la boutique de Georges Blanc à Vonnas et des épiceries fines, comptent les K sodas dans leurs rayons.

L'objectif est d'être également référencé dans des res-

taurants et de développer le réseau de distribution. Et pour l'atteindre, Fanny Damour, commerciale et barmaid, ne ménage pas sa peine. Ses doubles compétences lui permettent aussi de promouvoir ces boissons par le biais de cocktails. Des idées qui tombent à pic en cette période estivale.

● **Mathilde Villeminot**

| 1. Boisson française.