

JULIE VANDERMEERSCH ET ARNAUD GOETHALS

# Une «tart-up» belge chez l'Oncle Sam

**Belges et jeunes trentenaires, ils ont quitté Bruxelles et leur boulot de manager dans la consultance pour lancer Vive la Tarte aux Etats-Unis. Un business qui mixe audacieusement cuisine artisanale et réseaux sociaux du côté de San Francisco.**

C'est l'histoire d'un rêve américain à la sauce 2.0. Un quasi conte de fées comme on n'en vit presque plus sur le Vieux Continent. A 31 et 32 ans, les Belges Julie Vandermeersch et Arnaud Goethals habitent à San Francisco et veillent sur une petite équipe de six personnes qui s'activent autour de leur marque baptisée Vive la Tarte. Une marque au nom délicieusement exotique pour le marché local et qui s'est spécialisée dans la fabrication artisanale de tartes salées et sucrées.

Ne disposant d'aucun point de vente physique, la petite entreprise mise tout sur la livraison à domicile. Vive la Tarte a vu le jour dans le petit salon du couple il y a moins de deux ans. A l'époque, Julie et Arnaud débarquent dans l'inconnu, posant à nouveau leurs valises en Californie, après un voyage de noces effectué un an plus tôt sur la côte ouest des Etats-Unis. «Nous avons été séduits par le dynamisme et

l'innovation de la région, raconte Arnaud Goethals. L'état d'esprit cher à la Silicon Valley était palpable dans tous les secteurs et nous nous sommes donc lancé le défi de quitter Bruxelles pour monter notre propre business à San Francisco en optant pour un projet gastronomique.»

## Bye bye Belgium

Le pari semble un peu fou car, en septembre 2011, les deux tourtereaux n'ont a priori aucune compétence en la matière. Ingénieur de gestion formée à la Louvain School of Management, Julie Vandermeersch a travaillé jusque-là comme manager au cabinet de conseil Arthur D Little, tandis que son mari, licencié en sciences de gestion, s'est offert le même début de carrière prometteur comme manager chez Deloitte Consulting. Qu'à cela ne tienne: le jeune couple décide de quitter malgré tout le confort d'une vie toute tracée en Belgique pour tenter une nouvelle aventure professionnelle à 8.000 km

de là, dans un secteur qu'ils ne connaissent pas.

Convaincus qu'il existe une réelle demande à San Francisco pour de nouveaux plats sains et originaux, Julie et Arnaud tentent alors de réinventer la tarte en la célébrant sous toutes ses formes, tant salées que sucrées. Ils optent pour un nom franco-anglais qui met en avant cette dimension résolument festive et transforment le salon de leur petit appartement en un véritable atelier de cuisine.

Pour faire connaître Vive la Tarte, le couple commence à explorer les marchés locaux et les fêtes de quartier, jusqu'à ce qu'un employé de Twitter tombe gustativement amoureux de leurs créations pâtisseries. Anodin, le premier *tweet* qu'il lance sur le réseau social va pourtant bousculer la petite entreprise et modifier en profondeur son business model. Avec un nom de compte facile à retenir — *@tarte* sur Twitter — et un enthousiasme qui se propage peu à peu, Vive la Tarte va rapidement surfer sur la vague

de *social media* au point d'en faire sa principale arme marketing. Et lorsque la start-up — ou plutôt la «tart-up» comme ils la définissent avec humour — accepte l'invitation de Twitter pour participer à un film de promotion sur les PME actives sur le réseau social, le nombre de *followers* et les commandes de tartes commencent à grimper spectaculairement.

## Un air de «rétromodernité»

Devenus «artisans 2.0», Julie et Arnaud revendiquent aujourd'hui pleinement ce statut particulier qui mixe habilement cuisine traditionnelle et réseaux sociaux. «Nous travaillons avec des produits frais et nous faisons nous-mêmes



**«Soixante-cinq pour cent de nos commandes sont passées par mail et 10% via Twitter, le reste se faisant par téléphone.»**

la pâte de nos tartes avec du beurre venu des fermes bio de la région, précise Julie Vandermeersch. Je pense que la fusion entre ce savoir-faire et les nouvelles technologies de communication plaît à notre clientèle. Aujourd'hui, 65% de nos commandes sont passées par mail et 10% directement via Twitter, le reste se

faisant par téléphone.» Et comme pour mieux souligner ce courant «néostalgique» si cher à Vive la Tarte, la livraison des mets se fait exclusivement via deux camionnettes Volkswagen orange au look agréablement rétro.

Depuis son lancement à San Francisco il y a moins de deux ans, la «tart-up» de Julie et Arnaud a bien grandi. Les deux Belges ont déménagé leur atelier de cuisine dans le quartier de Dog Patch, au sud de la ville, et Vive la Tarte emploie désormais six personnes à temps plein pour la confection de ses mets artisanaux. Chaque mois, l'entreprise livre ainsi entre 1.500 et 2.000 tartes, aussi bien aux particuliers qu'aux grands hôtels et aux sociétés IT de la

Silicon Valley. Les produits phares sont la tarte à la crème brûlée et la Brésilienne pour les versions sucrées, tandis que la saveur «chicons au gratin» trône la première place du hit-parade des options salées. Le prix, quant à lui, fluctue entre 28 et 32 dollars pour une tarte de 9,5 *inches* qui peut satisfaire l'appétit de huit personnes.

## Une boutique en 2014

Délibérément vissés aux réseaux sociaux, Julie et Arnaud envisagent cependant d'entrer un jour aussi dans la «vraie vie» de la distribution classique avec une première enseigne au nom de Vive la Tarte avant la fin de l'année prochaine. «Idéalement, nous aimerions ouvrir une boutique

ici, à San Francisco, en septembre 2014, confirme Arnaud Goethals. Mais ce serait beaucoup plus qu'un point de vente traditionnel car l'idée est de lui donner vie avec un bar, une dimension culturelle et d'autres choses encore.»

Pour mener à bien ce projet complémentaire à son business model sur Twitter, le couple d'entrepreneurs cherche actuellement des investisseurs qui seraient prêts à mettre «entre 500.000 et un million de dollars» (dixit les intéressés) pour financer l'aventure, tout en révélant qu'ils sont déjà en discussion avec un homme d'affaires en Belgique.

Quant à leur terre natale, précisément, Julie et Arnaud ne la placent pas dans leurs priorités de développement. «En Californie, le produit est considéré comme novateur et le nom sonne exotique, reconnaît Julie Vandermeersch, mais en Belgique, ce ne serait pas le cas. Donc, pour le moment, on n'y pense pas, mais qui sait, peut-être un jour reviendrons-nous à Bruxelles pour y installer une boutique Vive la Tarte...»

En attendant cet éventuel retour au pays, les deux entrepreneurs poursuivent leur rêve américain et leur petit bonhomme de chemin dans les rues de San Francisco. Après Twitter, ce sont deux autres géants de l'informatique, Microsoft et Facebook, qui ont inclus la marque dans leur liste de fournisseurs gastronomiques, avant que Louis Vuitton ne leur passe commande dans le cadre de son sponsoring pour l'America's Cup qui vient de poser ses voiliers le long du Golden Gate Bridge. Le rêve, on vous dit.

© FRÉDÉRIC BRÉBANT, A SAN FRANCISCO