



NaÅk, lâ??Ã©coresponsabilitÃ© dans la nutrition sportive

Description

CrÃ©dit visuel : Courtoisie â?? Gophrette

Entrevue rÃ©alisÃ©e par Johan Savoy â?? Chef de pupitre sport et bien-Ã©tre

La Rotonde sâ??est entretenue avec William Walcker, athlÃ©te et directeur de [NaÅk](#), une entreprise montrÃ©alaise spÃ©cialisÃ©e dans la nutrition sportive Ã©coresponsable. Il raconte son parcours sportif et professionnel, tout en expliquant ce qui fait de NaÅk un fournisseur Ã part dans le domaine des complÃ©ments alimentaires pour les sports dâ??endurance.

La Rotonde (LR) : Quel a Ã©tÃ© votre parcours jusquâ??Ã aujourdâ??hui, de votre enfance en France Ã votre poste de dirigeant dâ??entreprise Ã MontrÃ©al ?

William Walcker (WW) : Je suis nÃ© en Bourgogne oÃ¹ jâ??ai passÃ© toute ma jeunesse sur un parcours trÃ©s classique mais toujours animÃ© par le sport. AprÃ©s lâ??obtention de mon baccalaurÃ©at, je suis parti Ã Lyon pour faire une Ã©cole de commerce sur quatre ans. Jâ??ai choisi ce programme pour le cÃ¢tÃ© *business*, mais aussi international, puisquâ??il permettait de partir Ã lâ??Ã©tranger et donc de dÃ©couvrir de nouveaux pays et de nouvelles cultures. Cela mâ??a notamment permis de vivre trois mois en Angleterre, un an en Allemagne et de faire une Ã©cole de jeunes entrepreneurs Ã Sherbrooke. Jâ??ai dÃ©cidÃ© par la suite de faire une spÃ©cialisation en marketing Ã lâ??UniversitÃ© de Sherbrooke, avant de finalement trouver mon premier emploi Ã MontrÃ©al.

Câ??est dans cette premiÃ¨re entreprise que jâ??ai rencontrÃ© mon associÃ© actuel, Minh, qui Ã©tait alors mon supÃ©rieur. Nous avons ensuite passÃ© quatre ans Ã travailler ensemble sur le dÃ©veloppement dâ??affaires de lâ??entreprise. Ã tant tous deux passionnÃ©s par le triathlon et la [nutrition](#), nous avons vu quâ??il existait une opportunitÃ© dâ??affaire dans la crÃ©ation dâ??une marque Ã valeur ajoutÃ©e, Ã impact et de haute performance dans la nutrition sportive. Câ??est ainsi que nous avons dÃ©cidÃ© de crÃ©er NaÅk, qui existe maintenant depuis cinq ans et que nous essayons de faire grandir.

LR : Comment vous est venue l'idée de créer Naark et quel modèle de business avez-vous adopté ?

WW : À l'époque, nous prenions conscience, grâce aux études qui étaient menées, de l'impact de l'alimentation non seulement sur la [planète](#), mais également sur la santé. On a donc essayé de changer pas mal de choses dans nos habitudes alimentaires comme arrêter de consommer de la viande, de l'huile de palme et d'autres produits avec lesquels nous étions familiers. Nous voulions être acteurs du changement.

Concernant la nutrition sportive, qui est un des fondamentaux du triathlon, nous nous sommes rendu compte que tous les suppléments contenaient de la protéine de whey, du blanc d'œuf et des sucres raffinés, entre autres. Dans le rayon des barres de collation, il n'existait aucune marque véritablement axée sur la haute performance, nous avons donc repéré une ouverture pour la création d'une marque de nutrition qui aurait plus d'impact. Nous avons ainsi été les premiers à utiliser la protéine d'insecte dans la nutrition sportive.

LR : Qu'est-ce qui différencie Naark dans la nutrition sportive et qui fait d'elle une marque coresponsable ?

WW : Lors du lancement de la marque, nous avons commencé avec des produits se basant essentiellement sur les insectes comestibles. Nous avons depuis effectué un gros pivot, en nous tournant davantage vers la protéine végétale. L'objectif était de varier notre gamme de produits de manière à toucher plus de monde.

Cela nous a donc permis de repositionner la marque pour qu'on ne soit pas reconnu comme étant une marque de barres de cricket, mais plutôt coresponsable au soutien des athlètes exploitant l'ultra-distance et visant la haute performance. Cette réorientation nous permet également de mettre davantage de l'avant nos valeurs en termes de santé et d'[écocoresponsabilité](#). Nous avons d'ailleurs obtenu l'accréditation [B Corp](#) cette année, ce qui représente un bel accomplissement.

LR : Disposez-vous de partenariats avec des équipes sportives universitaires, professionnelles ou encore des athlètes ?

WW : Nous avons testé plusieurs partenariats, notamment avec des équipes de vélo et de sports collectifs. Cependant, nous nous sommes rendu compte que ce qui fonctionne réellement pour nous est de supporter des athlètes professionnels et amateurs dans leur pratique de sport d'endurance et de plein air. Nous avons à ce jour plus de 80 athlètes ambassadeurs de la marque à travers le Canada, la France et les États-Unis. Il s'agit d'athlètes évoluant principalement en course de sentier, course sur route, triathlon, ski de randonnée ou encore ski de fond.

LR : Sur le plan personnel, quels sports pratiquez-vous et quels sont vos objectifs ?

WW : J'ai fait une transition du triathlon vers le trail-running, car je souhaitais découvrir autre chose. Présentement, je fais normalement de [course](#) à pied afin de me préparer pour des événements ultra-distance. J'ai couru un 125 kilomètres l'année dernière, je prépare actuellement le [Swiss Canyon Trail](#), une course suisse de 111 kilomètres, et je participerai également au [Marathon de Boston](#) en avril prochain.

J'espère finalement trouver un troisième événement pour l'année 2022, qui sera idéalement un 160 kilomètres, ce qui permettrait de me préparer pour la [Diagonale des fous](#) de 2023.

Date de création

01/02/2022

Auteur

sports

default watermark