



COSMIK, DE BESTE WODKA IS BELGISCH

“SMAAK WAS DE PRIORITEIT VAN BIJ HET BEGIN”

Belgen zijn inventief, bescheiden, en hebben smaak. Cuberdons, de saxofoon, spruitjes, schilder en *enfant terrible* Raveel, Jean-Baptiste *Django* Reinhardt ... Ons landje heeft al serieus wat sporen verdiend in de eregalerij van de smaak. Prijkt *Cosmik* als Belgisch wodka-label binnenkort op die lijst? *Cosmik* staat voor een uitgekiende innovatie uit Wallonië gekoppeld aan een solide *backbone* uit Vlaanderen. Een team gevormd door complementariteit en persoonlijkheden die elkaar versterken. Voelers, denkers en doeners.

DOOR CLEO CAUWENBERGH
FOTOGRAFIE: KOEN VAN BUGGENHOUT

Wodka, een populair goedje vanaf het begin van z'n ontstaan. Voor wodka *reinvented by Belgians* moeten we zijn bij Thierry van Renterghem uit Gembloux en Kris Smet, vertegenwoordiger van een *business angel* uit Vlaanderen. Het begin van een passioneel verhaal met in de hoofdrol een matroesjka.

Wie aan wodka denkt, denkt aan Rusland of Polen. Hoe kwam jij dan op het idee om je eigen wodka te maken?

THIERRY VAN RENTERGHEM: "Al sinds mijn zeventiende heb ik een voorliefde voor wodka. Toen ik tien jaar geleden manager was van een club in Brussel creëerde ik een cocktail op basis van wodka. Toch smaakte die niet helemaal zoals ik het wou. De wodka's die voorhanden waren, waren niet 100% natuurlijk. En dat branderig gevoel in je maag of de hoofdpijn na zo'n nachtje feesten ... ik had er een hekel aan. Uiteindelijk is dat enkel te wijten aan kleurstoffen en andere additieven. Ik heb het altijd bizar gevonden dat er geen heel goede wodka's aan betaalbare prijzen waren, terwijl dat bij whisky's en brandy's bijvoorbeeld wel zo is. En dat terwijl de productiekost van wodka in vergelijking met andere sterke dranken veel lager ligt. De combinatie van verschillende elementen heeft mij ertoe verleid om zelf wodka te gaan destilleren. Het initiële idee was om een wodkacocktail te creëren van uitsluitend natuurlijke ingrediënten. Ondertussen ben ik veertig, en het idee heeft wél een goed rijpingsproces doorlopen. De wodka is gecreëerd in 2010 en de eerste fles zag het levenslicht op 7 juli 2011. *Cosmik* is eigenlijk een erbetoon aan Rusland, het land waar de wodka ontstaan is."

Hoe zit dat eigenlijk met de origines en bakermat van de wodka? Is *Cosmik* Waals of Vlaams?

KRIS SMET: "*Cosmik* is gemaakt van wintertarwe uit Beauce, een gerenommeerde graanregio in Frankrijk, en zuiver bronwater uit het hart van Val de Loire. Het destilleren gebeurt in de Cognacstreek, volgens een recept van Thierry. De wodka wordt zes keer gedistilleerd en tien keer gefilterd. Dat geeft hem een verfijnde smaak en dankzij de grote zuiverheid houd je er geen erge kater aan over. (*lacht*) Na dit procedé komt de wodka naar Gembloux, waar Thierry de menging met het vers fruit doet en waar ook de bottelarij is. Het fruit, de citroenen en bloedappelsienen, komen voornamelijk uit Frankrijk en Spanje. En als de oogst van de appelsienen echt niet goed is, importeren we uit Florida."

VAN RENTERGHEM: "Uiteindelijk kun je zeggen dat *Cosmik* een echt Belgisch eindproduct is, geboren uit een Waals-Vlaamse combinatie: ik houd me voornamelijk bezig met productontwikkeling en de productie. Kris verzorgt de marketing, verkoop, distributie en administratie."

SMET: "Thierry is het genie achter het product. Hij is een ongehoofde specialist in het matchen van smaken en momenteel zijn er verschillende nieuwe smaken in de maak. Fruitwodka's en pure wodka met een iets hoger alcoholgehalte."

TEGEN DE STROOM IN

Jullie claimen de enige natuurlijke wodka te zijn, maar het gerenommeerde *Absolut Vodka* beweert ook natuurlijke ingre-

diënten te gebruiken...

VAN RENTERGHEM: "Natuurlijke aroma's! Er is een groot verschil tussen aroma's en echte vruchten. Alle wodka's, behalve de onze, bevatten ofwel natuurlijke aroma's, ofwel kunstmatige. En als je het over fruitaroma's hebt, spreken we over kleur en smaak verkregen door het macereren (*het laten weken/intrekken; red.*) en filteren van fruit. Naar mijn mening is dat niet 100% natuurlijk en smaken aroma's altijd ietwat naar een chemisch-organische degradatie. Minder smaak dus. Wij werken met echt fruit."

SMET: "Zorgvuldig geselecteerde vruchten die op natuurlijke wijze geteeld en verwerkt worden. En vervolgens rechtstreeks worden vermengd met pure wodka. Alleen op die manier behoud je de authentieke smaken. We voegen ook geen kleurstoffen of additieven toe."

"DE WODKA WORDT ZES KEER GEDISTILLEERD EN TIEN KEER GEFILTERD. DAT GEEFT HEM EEN VERFIJNDE SMAAK EN DANKZIJ DE GROTE ZUIVERHEID HOUD JE ER GEEN ERGE KATER AAN OVER"

En zijn er andere zaken die *Cosmik* meerwaarde geven?

VAN RENTERGHEM: "De smaak, het karakter. Vanaf het begin was smaak de prioriteit. Een wodka is normaal gezien niet gebaseerd op smaak, maar op zijn kracht (40°). Daarnaast is een traditionele wodka nagenoeg geur- en kleurloos, en dient hij voornamelijk om te mengen. Ons doel was een zachte, smaakvolle wodka met karakter te creëren. De natuurlijke vruchten zorgen voor het onderscheid ten opzichte van andere merken en de kwaliteit van de wodka. Ik heb geopteerd voor fijne tarwe. Tarwe is het meest nobele graan. De beste geestrijke dranken zijn gemaakt van tarwe. Vooral de beste wodka's. Zoals *Beluga*, een wodka van excellente kwaliteit gemaakt van Siberische tarwe. In de algemene perceptie wordt wodka gemaakt van aardappelen, maar je moet weten dat aardappelen een minder goede kwaliteit opleveren. In Rusland stookte men in het begin trouwens ook met tarwe. Onze fruitwodka heeft ook een lange houdbaarheid."

SMET: "De officiële houdbaarheid van onze fruitwodka's is drie maanden, maar zelfs na twaalf maanden blijven ze bacterievrij. Zelfs al staan ze niet in de koelkast. Ook de smaak en de geur blijven in orde."

VAN RENTERGHEM: "Overigens, onze pure wodka werd initieel niet gestookt om puur te lanceren. Hij heeft een alcoholpercentage van 37,5° en werd gecreëerd om te combineren met verse vruchten. Maar toen ik hem voor de eerste keer had geproefd, kon ik niet anders dan toegeven dat hij subliem was. Puur, zacht, geen *attaque en bouche*, toch pittig. Zo ook de afdronk. We konden niet anders dan hem ook puur te bottelen. En van-

daar dus ook de naam: wodka *Pure Diamond*. De varianten *Sweet Lemon* en *Blood Orange* hebben dan weer een mooie natuurlijke kleur, zijn fris, een heel klein beetje stroperig, maar zonder te sterk te zijn, en hebben maar een alcoholgehalte van 13,2°. Ze gaan, in vergelijking met andere wodka's, compleet tegen de stroom in."

PASSIE VOOR EENVOUD

Over de naam gesproken, hoe zijn jullie bij *Cosmik* terechtgekomen? Zit er een bepaalde betekenis achter?

VAN RENTERGHEM: "De naam vinden was zeer complex. We hadden lijsten met tal van namen maar die waren allemaal al geclaimd. *Cosmik* stond niet op ons oorspronkelijk lijstje.

Op een ochtend, *out of the blue*, wist ik het: *Cosmik*. Dat klinkt Russisch en refereert aan de Russische ruimtevaarders: kosmonauten. Enfin, *Cosmik* betekent zo veel als 'naar de sterren'."

SMET: "Vandaar ook de kosmonautenhelm in het logo (dat ook terugkomt in de 'o' van *Cosmik*). Dat is ook een link met Rusland. Of de matroesjka die naar België komt."

GESCHIEDENIS:

Cosmik-wodka gecreëerd in 2010

Onderneming gestart op 1/10/2010

1^e fles op 07/07/2011

Partnership Cosmik-Sterhoek augustus 2013

KLEINE FLESJES MET DE VERSCHILLENDE SMAKEN:

Pure Diamond: premium wodka op basis van wintertarwe en zuiver mineraalwater, 6 keer gedistilleerd & 10 keer gefilterd.

Sweet Lemon: wodka, citroenen, zuiver rietsuiker, mineraalwater

Blood Orange: wodka, bloedappelsienen, zuiver rietsuiker, mineraalwater

HOE DRINK JE WODKA? EVENTUELE RECEPTEN ...

Fles schudden voor gebruik: de kleine bubbels zijn er dankzij de mineralen in het zuiver bronwater. De troebelheid van de drank komt door de verse vruchten.

Drink de wodka koud (4-5°C)

Pure Diamond: puur of met appelsap

Sweet Lemon & Blood Orange: puur of bijvoorbeeld 1/3 wodka & 2/3 Champagne

Je kunt de fruitwodka's ook in saladedressings verwerken, gebruiken om te flamberen, lekker bij gelakte eend, in sausjes, ...

Het design van de flessen is geïnspireerd op de matroesjka-poppetjes: bewuste keuze waarschijnlijk, maar toch enige schrik om een wodka te lanceren die niet Russisch is?

VAN RENTERGHEM: "Het is heel simpel, wodka is Russisch. Denk je aan Rusland, dan denkt iedereen aan wodka ... en aan die Russische popjes. Poppetjes waar we allemaal al eens mee gespeeld hebben. Ze spreken tot de verbeelding. Het is een herinnering en het is enkel emotie die speelt. Een verschil met andere merken. De matroesjka weerspiegelt ook de zachtheid, speelsheid, natuurlijkheid, en het verrassende karakter van onze dranken.

SMET: "Voor het maken van authentieke matroesjka's is bovendien zorgvuldig vakmanschap nodig, net zoals bij een wodka van superieure kwaliteit. De poppen worden vaak ontworpen volgens een bepaald thema. Sprookjesfiguren, politieke karikaturen en in ons geval is dat een kosmonautje in hogere sferen geworden. (*glimlacht*) Dat sluit mooi aan bij ons product, onze filosofie en strategie. Natuurlijk en passioneel vakmanschap. De matroesjka in een Belgisch kleedje is onze ideale ambassadrice."

Welk imago willen jullie met *Cosmik* aanmeten?

VAN RENTERGHEM: "*Cosmik* is vooral ontstaan uit passie. Ik heb een grote voorliefde voor wodka en een passie voor natuurlijkheid en eenvoud. Daaruit vloeit ook de gedrevenheid in het creëren van een zachte wodka en de toewijding aan goede kwaliteit. We willen toegankelijk zijn voor iedereen."

SMET: "We zijn een fris, jong en dynamisch merk, en zoals Thierry zegt *passie is key*. In elke schakel van de ketting."

Als ik jullie huidige gamma bekijk, ben ik er nog niet helemaal uit welk publiek jullie willen aanspreken: jongeren, vrouwen, high-end?

VAN RENTERGHEM: "We richten ons vooral op een brede doelgroep. Dat zie je meteen aan onze prijzen. Kwaliteit is iets dat in mijn ogen voor iedereen toegankelijk moet zijn. En onze huidige producten lenen zich er perfect toe om verschillende soorten mensen aan te spreken. De *Pure Diamond* is de pure wodka van 37,5° en daar betaal je nog geen twintig euro voor. Ondenkbaar voor wodka's van gelijkaardige kwaliteit, behalve *Zubrówka*. Dat is een Poolse wodka van zeer goede kwaliteit en toch democratisch geprijsd. Er zijn er niet veel die super-de-luxe wodka's aan zuivere prijzen aanbieden. Veel merken kiezen ervoor om een wodka aan veertig euro te zetten, enkel om kunstmatig een soort exclusiviteit te claimen."

SMET: "Vrouwen voelen zich over het algemeen eerder aange trokken door onze fruitwodka's van 13,2°. Die zijn fris, hebben geen aanzet en bezorgen je geen oprispingen. Maar ook heel veel mannen drinken die graag als aperitief. Het is een goed alternatief voor een pastis of *limoncello*."

Geen schrik dan om met jullie kwaliteitswodka uit de boot te vallen in het exclusievere segment?

SMET: "We zijn een jonge onderneming en zoals gezegd staan er wel wat nieuwe zaken aan te komen. Ik kan je al zeggen dat we binnenkort een nieuwe pure wodka lanceren: *Secret Garden*. Die is 40° en zal iets exclusiever gepositioneerd worden."



KOMPANY ALS AMBASSADEUR GRAAG

Jullie hebben een samenwerking met de gerenommeerde club *Le Papagayo* in St. Tropez, zit er ook een samenwerking met Belgische clubs aan te komen?

SMET: "Dat is allemaal nog zeer pril. Er zijn contacten met *Carré* in Willebroek en de nieuwe *Versuz* die weldra zal opengaan, maar er is nog niets gebotteld, om het zo te zeggen. We staan open voor nieuwe samenwerkingen."

Om het DNA van jullie merk beter in te schatten: zijn er evenementen of bepaalde andere zaken waaraan jullie je (willen) koppelen?

SMET: "Ook hier is er nog veel potentieel. Om een voorbeeld te geven, in januari starten we een co-marketingproject met *Aston Martin*. Zij hebben in 2014 het doel om veertig wagens te verkopen. Bij elke wagen die verkocht wordt, schenken wij het gewicht van de koper in wodka. Er is ook een overeenkomst met een tv-zender waarmee we vanaf februari – hopelijk – van start kunnen gaan. We sponsoren de eerste editie *Polderscross*. *Tomorrowland* zou heel complementair zijn met onze strategie. Nog veel onontgonnen terrein dus!"

Wat is jullie ambitie, naar welk niveau willen jullie met *Cosmik* doorgroeien?

VAN RENTERGHEM: "*Cosmik* is gelanceerd in Frankrijk, Nederland, Luxemburg, Noord-Marokko en België. Amerika is een doel en we hebben ook contacten in China."

Veel merken hebben een ambassadeur. Linken jullie je aan een bepaalde persoonlijkheid?

"ER ZIJN ER NIET VEEL DIE SUPER-DE-LUXE WODKA'S AAN ZUIVERE PRIJZEN AANBIEDEN. VEEL MERKEN KIEZEN ERVOOR OM VEERTIG EURO TE VRAGEN OM ZO EEN KUNSTMATIGE EXCLUSIVITEIT TE VERKRIJGEN"

SMET: "We kijken al een tijdje uit naar een passende ambassadeur voor ons merk, maar willen niets overhaasten. *Cosmik* is eigenlijk een multicultureel product: Belgisch met buitenlandse roots. Ook in het productdesign hebben we dat multiculturele verwerkt. Vandaar de matroesjka in een Belgisch kleedje op het label en de matroesjka-kosmonaut op de fles zelf. Het zou heel mooi zijn om een ambassadeur te vinden die gans België vertegenwoordigt."

VAN RENTERGHEM: "Bij voorkeur iemand die lekkere alcoholische dranken apprecieert, die een gevarieerd parcours heeft doorlopen, idealiter een multiculturele persoonlijkheid, en een mens die eveneens passioneel in het leven staat!"

SMET: "*Een Vincent Kompany of Stomae zou mooi zijn. Mensen die effectief heel ons land vertegenwoordigen. Maar een sporter ligt misschien wat delicaat..." (lacht) ■*