

Cakes et cookies: fenêtre sur l'avenir

Les marques «Freely Handustry» et «Smart Cake» ont su débarrasser le consommateur de son angoisse de prise de poids et d'intolérance alimentaire due à la consommation des en-cas sucrés.

ANNA AZNAOUR. «Si ta femme vendait ses cakes, on les achèterait», avaient affirmé au mari de Luciana Esteves ses collègues après les avoir goûtés. Qu'à cela ne tienne: une année plus tard, la jeune mariée, arrivée en Suisse en 2015, créait son enseigne baptisée «Smart Cake»! Sans gluten, sans sucre raffiné, sans lactose et sans conservateurs, les moelleux cakes de cette ex-journaliste brésilienne sont immédiatement plébiscités par les consommateurs. Au même titre que les cookies de la végétalienne Léa Puyo et de l'intolérant au lactose Marcel Arndt, lancés une année auparavant sous le nom «Freely». Les vingtenaires, fraîchement diplômés de l'IFM Business School de Genève, avaient décidé d'offrir l'en-cas idéal aux gourmets comme eux. Exempts de gluten, lactose, œuf, soja et miel, leurs cookies vegan avaient réussi une mission impossible: caresser le palais des consommateurs tout en les libérant de la culpabilité de consommer une friandise sucrée! Mais pourquoi faire du sucré, alors que la demande du marché penche massivement du côté du salé?

Au chocolat on croit!

D'après les statistiques de Biscosuisse, la vente de tous les biscuits standards est en chute libre depuis 2013. Mais cette baisse notable est surtout due aux exportations, qui, en dix ans, sont passées de 15 895 tonnes à 11 318 tonnes. Si nos voisins semblent se détourner des denrées suisses, en grande partie en raison du franc fort, le marché local reste très stable, avec environ 31 000 tonnes de biscuits consommés par an dans le pays. Et ceux qui se vendent le mieux sont les biscuits salés ainsi que les articles de boulangerie. Pourquoi alors se lancer dans le sucré? «D'une part, parce que c'est plus difficile d'innover dans le snacking salé, surtout lorsque l'on veut proposer des produits sans gluten et vegan. Et d'autre part, parce que nous-mêmes, nous aimons le sucré», confie Léa Puyo, la cofondatrice de Freely Handustry. Même son



*Luciana Esteves, fondatrice de Smart Cake avec son assortiment de cakes et de truffles intelligents.
Luciana Esteves, Gründerin von Smart Cake mit ihren Cakes und Truffles.*

de cloche chez Smart Cake: «Lorsque j'avais envie du sucré, je n'arrivais pas à trouver dans le commerce un produit sans adjuvants chimiques. Un constat qui m'a poussée à inventer mes propres recettes vegan qui se voulaient respectueuses de la santé, avec 45% de sucre en moins, des oméga-3, des fibres et des protéines», souligne Luciana Esteves. Si les deux entreprises proposent des produits aux parfums variés, leur constat commun est que le chocolat reste le chouchou des clients. «Quand on n'a pas d'autre idée, il faut choisir le chocolat. Cela marche toujours et partout», sourit Marcel Arndt, cofondateur de Freely Handustry. Pourtant, c'est avec leur cookie à la framboise que les deux milléniales ont décroché l'étoile du salon londonien Great Taste 2018. «Peut-être parce que les Anglo-Saxonnes aiment trouver des fruits dans les cookies et que le choix de celui-ci était une surprise pour eux», imagine Léa.

Profils des commerces et des clients

En moins de cinq ans d'activité, les deux marques ont su étendre leurs réseaux de distribution à de nombreux points de vente. Parmi eux, Manor et Migros, sans oublier les magasins bio, les épicerie, les organisations internationales, les cafétérias universitaires, mais aussi les fitness et les cafés. «Généralement, dans les cafés, le choix des consommateurs est plutôt restreint. D'où le succès de mes cakes et aussi de mes smart truffles fabriquées avec le sucre provenant des dattes», note Luciana Esteves. Tandis que, pour Marcel Arndt, ce sont surtout les universités et ses étudiants qui sont les plus grands consommateurs de leurs cookies et aussi de leurs choco'barres Freely. Pourtant, au départ, les revendeurs se plaignaient de la taille de ces cookies de 65 grammes l'unité qu'ils jugeaient trop encombrants pour leurs étals. Des remarques qui donnent lieu à un sondage



Marcel Arndt et Léa Puyo, fondateurs de Freely Handustry dans leur local genevois.
Marcel Arndt und Léa Puyo, die Gründer von Freely Handustry, in ihrem Genfer Betrieb.

des consommateurs sur les réseaux sociaux. Les résultats obtenus confortent les jeunes entrepreneurs dans leur décision, puisque les répondants se déclarent satisfaits de la taille de ce produit. A noter que l'écrasante majorité de la clientèle, aussi bien de Smart Cake que de Freely Handustry, ce sont des femmes de 20 à 55 ans, urbaines, professionnellement actives et soucieuses de leur santé.

Moins de sucre et plus de protéines végétales

Si pendant un bon moment la demande de sans-gluten a mobilisé toute l'industrie, depuis quatre ans, le marché de ces produits commence à stagner. «Il s'agissait d'un effet de mode, car le nombre de vrais intolérants se



Le cookie framboise de Freely Handustry a été primé au salon londonien Great Taste 2018

Die Himbeer-Cookies wurden beim Great Taste Salon 2018 in London prämiert.

situe autour de 1% de la population générale. Raison pour laquelle nous avons, dès le départ, élargi notre marché de niche avec plusieurs propositions dans un même produit: sans gluten, vegan et bio», confie Léa Puyo. D'après la jeune femme, à l'avenir, les exigences des clients qui se dessinent déjà maintenant se focaliseront principalement sur des friandises avec le moins de sucre possibles et d'avantage de protéines végétales. A cela s'ajoutera l'envie de plus en plus impérieuse de consommer des produits de son terroir, même si certains préféreront le bio de provenance étrangère au non-bio de proximité. Pour Luciana Esteves, le rêve d'une consommation 100% locale est un leurre: «Le plus important c'est d'avoir une alimentation aussi diversifiée que saine. Et pour cela, on ne peut faire l'impasse sur des produits comme le lait de coco, les noix et les dattes dont la Suisse n'est pas productrice.»

Alors que les créateurs de Freely Handustry exportent doucement mais sûrement en France, en Belgique et en Allemagne, la fondatrice de Smart Cake se concentre sur le marché suisse, très demandeur de douceurs «intelligentes». Le prochain défi des deux sociétés ce sont les en-cas salés dont ils élaborent actuellement les recettes. Affaire à suivre ...
<https://freelyhandustry.com/>
<https://lesmartcake.ch/>

redaktion@alimentaonline.ch

Süsser Genuss ohne Reue

Gluten- und laktosefrei, ohne raffinierten Zucker und ohne Konservierungsstoffe, dafür mit Omega-3-Fettsäuren, Fasern und Proteinen: So bäckt Luciana Esteves ihre kleinen Cakes, die sie seit 2016 unter dem Label «Smart Cake» verkauft. 2015 kam die brasilianische Journalistin der Liebe wegen nach Lausanne, und weil ihre selbstgebackenen Kuchen im Freundeskreis ihres Mannes so gut ankamen, machte sie das Backen zum Geschäft. Bereits seit 2015 auf dem Markt sind Léa Puyo und Marcel Arndt, die sich an der Genfer IFM Business School kennenlernten, mit ihren veganen Cookies der Marke «Freely Handustry». Die Veganerin und der Laktose- und Glutenintolerante produzieren Biscuits, die Gourmets wie ihnen schmecken: frei von Gluten und Laktose, ohne Eier, Soja oder Honig. «Schuldfreien Genuss» versprechen die beiden.

In wenigen Jahren haben die beiden Westschweizer Start-ups ein beeindruckendes Distributionsnetz aufgebaut. Die Produkte sind bei Migros und Manor erhältlich, in Bio- und Feinkostläden, Uni-Caféterias, Fitnesscenter und Cafés. «In den Cafés ist die Auswahl an Süßigkeiten häufig beschränkt, deshalb kommen meine Cakes und Truffes mit Dattelsucker so gut an», erklärt Luciana Esteves. Die Cookies und Schokoriegel von Freely Handustry hingegen werden laut Marcel Arndt vor allem von den Studierenden an den Unis konsumiert. Die überwältigende Mehrheit der Kundschaft beider Unternehmen sind übrigens Frauen aus der Stadt, die Wert auf eine gesunde Ernährung legen. Auf den Nischenmarkt mit glutenfreien Produkten allein will Freely Handustry nicht setzen. «Nur ein Prozent der Bevölkerung ist wirklich glutenintolerant», sagt Léa Puyo. Deshalb sind ihre Produkte auch vegan und bio. Der Trend geht laut Puyo klar hin zu möglichst wenig Zucker und viel pflanzlichem Protein. Freely Handustry ist langsam aber stetig dabei, auch in Frankreich, Belgien und Deutschland Fuss zu fassen. Smart Cake hingegen konzentriert sich auf den Schweizer Markt. Beide Unternehmen tüfteln derzeit an salzigen Snacks. aa