



“Als mama weet ik precies waarmee vele ouders worstelen. Vanuit mijn eigen zoektocht werd LilaLou Biscuits ontwikkeld waarmee ik het koekenschap gezonder wil gaan invullen met een slim alternatief.”



Evelien Coppens wil, net zoals elke ouder, het beste voor haar kinderen. Een gezond en evenwichtig voedingspatroon is daar onlosmakelijk mee verbonden. Haar zoektocht naar een verantwoord tussendoortje voor kinderen stelde echter teleur. Daarom besloot ze er zelf één te ontwikkelen. 3 jaar geleden bracht ze LilaLou Biscuits op de markt: betere tussendoortjes met enkel natuurlijke ingrediënten op maat van schoolgaande kinderen. Sindsdien nam ze met haar onderneming een vliegende start en steekt ze haar ambitie niet onder stoelen of (school) banken.

“Het idee is drie jaar geleden ontstaan vanuit mijn passie voor evenwichtige voeding en het gebrek aan verantwoorde tussendoortjes voor kinderen in de winkelrekken. Als mama weet ik precies waarmee vele ouders worstelen. Je wil als mama een juiste balans vinden in het voedingspatroon dat je aanreikt en dat cruciaal is voor hun groei en ontwikkeling. Vanuit mijn eigen zoektocht werd LilaLou Biscuits ontwikkeld waarmee ik het koekenschap gezonder wil gaan invullen en een oplossing (aan de vraag) wil brengen in de categorie”, luidt het bij Evelien.

“Als consumenten blij zijn mijn producten te hebben ontdekt en deze mee promoten en ook ambassadeurs worden, weet ik dat ik de juiste weg ben ingeslagen.”

Evelien omringde zich met tal van specialisten, gaande van productontwikkelaars tot diëtisten en kinderartsen om tot een receptuur te komen die voldeed aan haar verwachtingen. Zelfs studenten van de UGent droegen bij aan het onderzoek.

In 2019 jaar werd ze door UNIZO uitgeroepen tot Vlaams-Brabantse Starter van het jaar. *“Ik heb inderdaad een vliegende start gemaakt en bouwde heel snel mijn distributienetwerk uit”,* vervolgt ze.

Vandaag zijn de LilaLou koekjes te koop in meer dan 600 winkels en verkrijgbaar bij onder andere bio-winkels, Bio-Planet, Delitrateur, Delhaize, Carrefour, Cactus en heel wat speciaalzaken en webshops.

LilaLou biedt een mooi antwoord op een prangende vraag en ontwikkeling in de markt.

“Consumenten maken vandaag bewuste keuzes in wat ze eten en kopen, ze kiezen voor merken die ergens voor staan en een duidelijke USP hebben en authentiek zijn”, verklaart Evelien. *“De pandemie heeft ertoe geleid dat mensen meer aandacht gingen besteden aan*

gezonde voeding en terug naar kwaliteit grepen. ‘Better for you’ producten zijn populair en met LilaLou biscuits probeer ik mij nutritioneel te onderscheiden en vernieuwing in de categorie te brengen met een slim alternatief.”

“Ik werk met ingrediënten van biologische oorsprong om een zo voedingsrijk mogelijk resultaat te bekomen”, vervolgt ze. *“En ook het lokale aspect speelde een grote rol: de spelt en granenstroop komen bijvoorbeeld van lokale leveranciers. Zo verkleinen we onze ecologische voetafdruk.”* De LilaLou koekjes zijn ook vegan en lactosevrij, dit is een duidelijke vraag bij jonge ouders met kinderen.

“Daarnaast wilden we inspelen op het teveel aan suikers en het structureel tekort aan vezels en onverzadigde (goede) vetten bij kinderen. Daarom bevatten onze koeken 40 à 50% minder suiker en gebruiken we in de plaats van geraffineerde suikers biologische rietsuiker”, voegt Evelien toe.

De koekjes bestaan voor 60% uit vezelrijke granen (haver-spelt-kamut). Deze granen zijn trage koolhydraten en zorgen ervoor dat suikers trager worden afgegeven. Een goede bron van energie dus.

“De dagelijkse reacties en feedback van mijn klanten zijn heel waardevol en mijn graadmeter van succes. Als consumenten blij zijn mijn producten te hebben ontdekt en deze mee promoten en ook ambassadeurs

worden, weet ik dat ik de juiste weg ben ingeslagen”, lacht Evelien. *“En ook de retail is enthousiast om de consument, zoekende naar betere alternatieven, een aanbod te kunnen geven.”*

Ook scholen kan Evelien overtuigen met haar aanbod. *“Veel scholen bieden zelf fruit en een koek aan en dan is onze grootverpakking een volwaardig alternatief”,* voegt ze nog toe.

Haar ambitie is om nog meer voedzame snacks voor kinderen op de markt te brengen.

“Ik kijk ondertussen ook naar het buitenland en wil dit succesverhaal graag ook buiten België brengen. In dit marktsegment is daar heel wat potentieel en dat is zeker één van mijn volgende doelstellingen”, besluit Evelien.

**Meer info: www.lilalou.be
Evelien Coppens hello@lilalou.be**

  | LILALOUBISCUITS

