

Caïs fait souffler un vent de fraîcheur sur les cocktails

Suite à vos votes sur le dernier FastPitch, Caïs remporte le MaddyPitch de la semaine. L'occasion de découvrir une innovation dans le secteur de l'agroalimentaire qui pourrait faire fureur cet été : le sorbet cocktailisé.

Temps de lecture : minute

17 octobre 2019

L'histoire de Caïs n'est pas seulement celle d'un business mais bel et bien d'un rêve d'enfant, celui d'Alan, l'un des 3 fondateurs. À 12 ans à peine, il demande à ses parents " *d'arrêter ses études pour créer son entreprise de glace* ". Une intuition que ceux-ci ne partagent pas. Il poursuit donc ses études et multiplie les stages, toujours obnubilé par la création de sa propre marque de sorbets.

Aujourd'hui, c'est chose faite, grâce à sa rencontre avec Violaine et Alexander. En 2016, il rencontre d'abord son premier acolyte à l'EDHEC Lille. Passionné de glace également, il a travaillé 7 étés chez Raimo glacier. L'entente est immédiate pour les deux gourmands qui décident alors de partir se former aux techniques des artisans glaciers en Italie. Alan poursuit à l'European Bartender School pour apprendre l'art du cocktail et du bartending.

Formés, diplômés, Alan et Alexander commencent à inventer leurs premiers sorbets cocktailisés. Un an plus tard, Violaine rejoint l'aventure en apportant son expertise en spiritueux.

La FoodTech côté sorbets

Selon les fondateurs, il s'agit de cocktails en sorbets alcoolisés. Chaque recette est élaborée à partir des mêmes ingrédients que les cocktails et comprend ainsi entre 7 et 10% d'alcool. Les produits sont tous choisis avec soin et issus de l'agriculture biologique. La qualité des produits est extrêmement importante pour apporter à la fois onctuosité et goût à leurs créations. La société propose actuellement 7 parfums : Mojito, Pina Colada, Spritz, Rossini et Gin Tonic.

Actuellement, Caïs intervient essentiellement en B2B, lors d'évènements (conférences, mariages, festivals..). Sa campagne de crowdfunding lancée sur KissKissBankBank et terminée le 11 octobre dernier, lui a permis de rassembler près de 8200 euros (117% de son objectif) auprès de 137 contributeurs. Des fonds qui devraient lui permettre d'acheter une turbine à glace et signer pour un pop up store cet été au centre de Paris.

D'ici un an, les trois associés misent sur une levée de fonds pour ouvrir leur propre centre de production.