

dossier

23 > 33

Pâtisseries



© Traiteur de Paris

Café gourmand : l'autre instant dessert > 24 - **Fonds de tartes, aides culinaires** : les bases pâtisseries mettent la main à la pâte > 28 - **Recettes** : les papilles toujours à l'affût de tradition > 30 - **GMS** : le calme après la tempête > 32

panel

> 34



Spécial viandes en GMS

● ● ● DOSSIER PÂTISSERIES



Variété de l'offre Les glaces attaquent

Si les fabricants de pâtisseries cherchent de nouveaux instants de consommation... les glacières aussi. Les glaces veulent leur part de gâteau autour du petit noir !

Et le café suscite la convoitise de tous. Après l'arrivée d'Unilever avec ses bouchées Magnum l'an passé, d'autres propositions glacées ont fait leur apparition. Dagniaux, Erhard, etc. : les prétendants sont nombreux et certains pâtisseries comme Traiteur de Paris ou Delmotte s'y mettent aussi. Complémentaires des pâtisseries, elles permettent de jouer la carte de la légèreté et du contraste chaud-froid.

Le savoir-faire glacier d'Erhard s'exprime en format miniature, à travers les Petits Croquantins.



La maison Dagniaux propose un Mini cône de glace accompagné de son kit complet.

RESTAURATION

Café gourmand : l'autre instant dessert



Alors que les consommateurs boudent le dessert au restaurant, le café gourmand connaît un succès époustouflant. De la plus classique à la plus « hype », de la plus basique à la plus sophistiquée, l'offre produits permet aujourd'hui à tous les types de restaurants d'inscrire ce « must have » à leur carte.



Le café gourmand, c'est le dessert des hommes pressés et la gourmandise déculpabilisante pour les femmes qui font attention à leur ligne ». Par ces quelques mots, Arnaud Rannou, le directeur marketing de Traiteur de Paris, résume les raisons du succès de ce concept qui se développe à la vitesse grand V sur les cartes des restaurants. En quelques années, ce produit, a été largement plébiscité par les consommateurs qui ne

Tipiak mise sur le côté traditionnel des macarons aux amandes craquelés.

rechignent pas à se faire plaisir mais à moindre coût (le café gourmand étant généralement moins cher qu'un dessert classique) et sans perdre de temps. Aujourd'hui, ce sont encore essentiellement les chaînes qui ont ajouté ce produit à leur carte... mais de plus en plus d'indépendants leur emboîtent le pas, désireux, eux-aussi, d'augmenter le ticket moyen en récupérant une partie des ventes de desserts envoyées. Avec le café gourmand, le client ne sait pas ce qui va lui être servi. Il prend donc un risque avec lequel il faut savoir composer... sans jamais le décevoir. Certains chefs vont créer l'effet de surprise en variant les compositions au fil des semaines, des mois ou des saisons, tandis que d'autres vont faire du café gourmand une sorte d'institution de la « maison ». Et demain, pourquoi ne pas avoir plusieurs assortiments possibles sur le café gourmand n°1, n°2, n°3... ?

Une offre pléthorique

Face à cet engouement, force est de constater que l'offre s'est considérablement élargie depuis deux ans. La majeure partie des fabricants de pâtisseries proposent désormais des versions miniatures des best-sellers qui peuvent se marier avec un espresso. Si bien que tous les restaurateurs, quel que soit le

« standing » de leur établissement, peuvent piocher parmi cette offre pléthorique pour concocter la composition de leur choix. Les fabricants proposent d'ailleurs le plus souvent des mono-produits plutôt que des « kits » panachés. « Cela permet aux utilisateurs de choisir une pièce maîtresse qui va coûter un peu plus cher et deux ou trois autres moins onéreuses pour maîtriser le prix de revient », explique-t-on chez Traiteur de Paris. Il est vrai qu'aujourd'hui, il y a des réductions pour café gourmand pour tous les goûts et à tous les prix.

Pas de café sans chocolat

Côté recette, le chocolat paraît vraiment comme l'incontournable de la sous-tasse. Il est souvent représenté par un mini cœur fondant ou un mini brownie mais certains fabricants veulent innover avec, par exemple, le mini opéra de la Compagnie des Desserts ou le palet sablé chocolat de Traiteur de Paris. Autre grande tendance du moment : les clafoutis et les crumbles. Ils constituent généralement la note fruitée de la composition et permettent d'apporter une touche acidulée qui se marie bien avec le café. Les références sont nombreuses mais l'on peut citer, par exemple, le crumble framboise-groseille proposé par Brossard Professionnel ou encore la recette abricot - mangue de la société lozérienne



Aujourd'hui, on trouve des réductions pour café gourmand à tous les prix et pour tous les goûts.



Et aussi...



Cet assortiment de 8 Bouchées gourmandes signé Sucrés Salés se présente dans des moules de bois sur lesquelles le nom du produit est sérigraphié à l'ancienne.

Brossard Professionnel a élaboré une gamme de mini-tartes pour accompagner le café, dont une référence Cappucino (en photo).



Le café gourmand de Traiteur de Paris s'enrichit de trois mini gourmandises : Cheesecake, Clafoutis pommes raisins et Financier crème à brûler.



pâtisseries surgelées

côté **sucré**

www.maison-boncolac.fr

Nouveau

2 0 1 0

Tarte aux Fraises 900 g

Un dessert fédérateur et incontournable !

- **Une recette très fruitée et gourmande**

Sur une savoureuse pâte sablée pur beurre, une crème frangipane riche en poudre d'amande, un délicieux glaçage à la fraise et un décor soigné avec de belles 1/2 fraises charnues

- **Un produit adapté à la RHF**

Une mise en œuvre facile : 8h en froid positif
Un format généreux : diamètre 27 cm

Une tarte fruitée et goûteuse, le succès assuré !

45%
de fruits

MAISON BONCOLAC S.A.S - 183, avenue des États-Unis - 31018 Toulouse cedex 2 - France
Tél : +33 (0)5 61 13 52 40 - Fax : +33 (0)5 61 47 61 65



●●● DOSSIER PÂTISSERIES



Après la tarte tatin, les crumbles et les clafoutis ont le vent en poupe. Ils constituent la note fruitée de la composition, à l'image du mini clafoutis cerises de Compagnie des Desserts ou du crumble abricot-mangue proposé par Peyre.

Peyre. Delmotte enrichit aussi son catalogue d'un mini crumble pommes & fruits.

Les mini donuts ont également le vent en poupe. Europastry, Vandemoortele ou encore Moy Park se sont déjà positionnés sur le créneau avec des modèles réduits de ces petits beignets ronds qui peuvent répondre aux attentes des consommateurs dans les enseignes de sandwicheries ou de restauration rapide notamment. Enfin, la tradition s'invite volontiers au côté du petit noir et prend différentes formes. Celle de recettes régionales, de spécialités authentiques comme les macarons chocolat-amandes tout récemment lancés par Tipiak qui se distingue par leur coque craquelée et leur goût d'amande prononcé. Ou encore celle de conditionnements traditionnels comme les moules papiers ou bien les cerclages de bois à l'instar de la gamme des Bouchées Gourmandes de Salés Sucrés très réussie.

La dernière touche du repas

Parmi les originalités des catalogues qui permettent aux chefs de sortir des sentiers battus et qui ont toutes les chances de plaire aux consommateurs, on peut noter le tiramisu bouchon de la Compagnie des Desserts, le mini cheese cake de Traiteur de Paris pour sa texture légère et rafraîchissante, le cannelé de Maison Boncolac qui, outre son caractère régional, apporte de la hauteur aux compositions. Sans oublier les cupcakes, très tendance, pour tous ceux

Et aussi...

Les cannelés et les brownies sont à l'honneur chez Maison

Boncolac qui en donne des versions miniatures.



Delmotte décline certains best-sellers de sa gamme en format mignardises. Au menu, Carrés ondulés pommes poêlées, Feuillantine et Douceurs griottes.



Foucteau Pomone capitalise sur savoir-faire en coulant au chocolat en le proposant dans une version de 30 g.

Prolinat décline en miniature une crème brûlée, qui peut être parachevée par des éclats de caramel.



qui veulent proposer un café gourmand coloré et branché.

Dans tous les cas, le choix des produits qui composent le café gourmand ne doit pas se faire au hasard. Le plus souvent constitué de deux ou trois pièces, il doit séduire le client pour lui laisser une bonne impression finale. Variété des formes et des textures, des couleurs et des saveurs, vaisselle, présentation : tous les détails comptent pour soigner sa sortie. ■ FT.

CAFÉ GOURMAND

Le concept s'empare des réseaux grand public

Le phénomène fait tâche d'huile. Désormais bien répandu en RHD, le café gourmand pénètre insensiblement dans les foyers français. À tel point que certains distributeurs estiment le marché suffisamment mature pour proposer des kits spécifiques dont l'usage est clairement identifié. Dans les grandes surfaces, Système U propose un assortiment sous sa marque propre et fabriqué par Traiteur de Paris. Lequel fabricant est par ailleurs présent sous sa bannière Chef de Paris dans certains Leclerc.



Toupargel a dans sa gamme un assortiment de 12 mini gâteaux pour café gourmand et Thiriet vise les plus petits foyers avec sa

référence de 120 grammes composée de 8 mignardises à partager à deux. Le tout très bien valorisé... entre 35 et 50 euros le kg ! De quoi sans doute convaincre d'autres enseignes de GMS d'explorer ce filon aussi prometteur que juteux. À moins qu'elles n'attendent que Picard fasse le premier pas. Le spécialiste ne propose en effet pas de référence dûment estampillée « café gourmand ». Mais il est difficile de savoir la part des macarons, mini-pâtisseries et autres petits fours sucrés écoulés dans les magasins Picard et déjà utilisés en accompagnement d'un petit noir par les consommateurs. ■

La publication que vous lisez s'est engagée à respecter la Charte de la Presse Professionnelle. Son contenu rédactionnel est indépendant, elle dispose de ressources provenant d'une diffusion payante et s'interdit de pratiquer des méthodes de vente, de publicité ou de diffusion utilisant des arguments fallacieux ou mensongers. Comparez et choisissez la crédibilité.



Collection Haute couture

Martine Spécialités produit chaque année plus de 28 000 tonnes de fonds de tartes, flans, et autres tartes crues et cuites.

En 25 ans d'existence, cette entreprise périgourdine a su se tailler une solide réputation dans le secteur de la pâtisserie industrielle. Le fabricant peut s'appuyer sur 13 lignes de fabrication, dont 8 sont dédiées à la fabrication de tartes et de tartelettes (60 millions produites à l'année). Au final, Martine Spécialités propose un large éventail d'offre, de la base pâtissière à la tarte cuite surgelée prête à la vente. « Pour conforter notre place d'acteur référent dans le domaine de la création de feuilletage et tarterie de qualité, nous nous engageons à créer près de 100 nouveautés par an », souligne Agnès Delage, responsable marketing de la société.

Resté longtemps très discret sur son activité, le spécialiste met aujourd'hui en avant sa gamme de tartes crues surgelées aux recettes élaborées, qu'elle propose à l'attention des circuits spécialisés, de la restauration et du rayon boul'pât en GMS. Sa collection baptisée Automne/hiver 2010 met à l'honneur ses derniers développements en date, parmi lesquels on citera une tourtière carrée aux pommes, crumble et noix de 560 g, un carré feuilleté sucré de 640 g aux poires et à la purée de marron, ou encore plusieurs recettes sophistiquées de tartes en diamètre 22 cm, à l'image de la Chocolat, griottes et croquant aux amandes.

RESTAURATION, RAYON BOUL'PÂT

Les bases pâtissières mettent la main à la pâte

Pâte à chou, fond de tarte, coque à macaron : les bases pâtissières surgelées se font de plus en plus nombreuses pour aider les professionnels à gagner en temps, en qualité et en souplesse.

Industriels, grandes surfaces, restaurateurs : les professionnels qui proposent des pâtisseries ont tous le même point commun. Ils cherchent à gagner du temps ou à combler un manque de savoir-faire en faisant appel à des produits services lorsqu'ils estiment qu'ils leur apportent un réel bénéfice. Tel est le cas de fonds de tartes et autres bases pâtissières. Tout le monde s'accorde pour dire que la fabrication d'une bonne pâte feuilletée ou de choux homogènes n'est pas un exercice aisé. De plus en plus d'utilisateurs, tous circuits confondus, préfèrent donc acheter des produits à garnir. Sur ce marché qui continue de se développer, les produits secs se taillent toujours la plus grosse part du gâteau. Mais le surgelé grappille du terrain... La société les 3 Abers confirme le dynamisme de ce marché, ainsi que La Cigale Dorée. Essentiellement tournée vers l'ambient au départ, la PME lyonnaise s'est lancée dans le surgelé il y a 3 ans et fonde beaucoup d'espoirs dans cette technologie.

Les restaurateurs touchent le fond

Sur les fonds de tarte, la technologie du surgelé offre la possibilité aux utilisateurs d'acheter des produits crus et de les cuire en fonction de leurs besoins et du

rendu souhaité. « Les fonds de tartes surgelés permettent d'obtenir du moelleux contrairement aux produits secs, déjà cuits et bien plus cassants », argumente Christophe Delmotte, directeur général des 3 Abers. Les pâtes crues intéressent notamment les industriels qui les intègrent dans leur process, mais aussi les ateliers des hypermarchés dans lesquels la main-d'œuvre qualifiée devient une denrée rare et de plus en plus de restaurateurs séduits par la praticité de ces produits prêts à garnir. « Dans le surgelé, ils recherchent le niveau de qualité de la pâte qu'ils avaient l'habitude de faire », souligne ce fabricant. Il faut dire que l'on trouve différentes qualités sur le marché et qu'un même fabricant propose généralement plusieurs sortes de moules et des pâtes piquées ou non pour une cuisson plus ou moins homogène. La fabrication des fonds de pâtes étant bien plus technique qu'il n'y paraît ! Les finitions et les formes se déclinent à l'envi, pour donner aux utilisateurs un large champ de possibilités.

La qualité pour principal atout

Les fonds de tarte ne sont pas les seules bases pâtissières à être courues par les utilisateurs. Savarins, coques à macarons, pâte à choux, etc. Là encore, le surgelé a une carte qualitative à jouer avec des différences parfois significatives par rapport aux références ambiantes. « Pour les choux, éclairs et consorts, par exemple, la pâte sèche reprend bien plus vite l'humidité de la crème et se ramollit très vite une fois garnie, ce qui n'est pas le cas avec les produits surgelés », note Yann Lemoal, responsable R & D chez Traiteur de Paris. Le constat est le même pour les

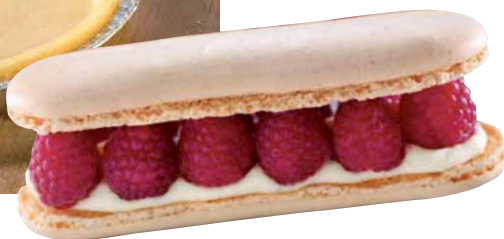
Les 3 Abers a développé un fond de tartelette cru surgelé de forme carrée (7 cm de côté).





La pâte crue surgelée est un produit plus technique qu'il n'y paraît.

La Cigale propose une variante du célèbre macaron avec une coque de forme allongée.



coques de macarons qui, en version surgelée, offrent un meilleur rendu final.

Autre produit, autre bénéfice avec le savorin. « La recette est la même entre notre produit sec et notre version surgelée. La différence, et non des moindres, réside dans le fait de proposer un produit déjà trempé et en caissette. Chose qui n'est possible qu'en surgelé. Les utilisateurs n'ont qu'à décongeler le baba et le garnir », explique Michel Bohé, directeur général de la Cigale

Dorée. La garantie d'un produit homogène en prime. Avec autant d'avantages, les bases pâtisseries surgelées ont de beaux jours devant elles. À condition que les fabricants parviennent à lever le frein tarifaire... qui donne encore l'avantage aux produits secs. ■ FT.



Fonds de tartelettes 1,2,3... Pâtissez !

Développé par Délifrance, Crousty Pie est un concept breveté de fonds de tartelettes garnis, se démarquant par son rendu qualitatif et par sa grande simplicité d'utilisation. Il permet de créer un chiffre d'affaires additionnel en focalisant le temps de travail sur la valeur ajoutée créative du produit. Ses atouts sont donc multiples. Déjà, en termes de stockage, une seule référence permet la réalisation de recettes multiples. Côté praticité, les fonds pré-cuits déjà garnis, sont faciles à manipuler, pour des cadences de montage optimisées, sans brider l'imagination.

Enfin, le produit n'implique plus de pertes et une qualité constante, pour un coût unitaire maîtrisé. Deux formats disponibles : diamètre 75 ou 100 mm à bord droit pour le Crousty Pie amande, sachant qu'une version garnie d'une crème à la pistache est également disponible.

PYC ÉDITION L'EFFET PRESSE PRO

LE MONDE DU SURGELÉ

Laissez-nous vous offrir
les 2 prochains numéros

La seule revue dédiée aux professionnels
de la filière surgelé.



* Cette offre est uniquement réservée aux personnes non abonnées

Pour profiter de cette offre*, envoyez vos coordonnées à info@pyc.fr en précisant le code B210 ou contactez-nous au 01 53 26 48 00

●●● DOSSIER PÂTISSERIES



Pâtisseries individuelles Carré croustillant

Traiteur de Paris s'attarde à imaginer des desserts qui tranchent particulièrement sur le plan de la créativité. Et la dernière collection n'échappe pas à la règle, à l'image tout d'abord du Croustillant framboise-chocolat. Cette nouveauté joue la carte du design. À la fois moderne et raffinée, elle affiche un format carré pour un poids unitaire de 80 g. Côté recette, l'association des framboises et du chocolat révèle des saveurs douces et acidulées appréciées du plus grand nombre. La base est constituée d'un crumble au chocolat, surmontée d'une crème onctueuse, puis décorée d'un lit de framboises, le tout orné d'une plaque de chocolat noir zébrée.

Dans un autre registre, le fabricant signe deux palets, le premier associant une base crumble chocolat à une mousse à la banane et un miroir chocolat, le deuxième jouant sur le contraste entre des pommes caramélisées et une mousse spéculoos.



Enfin, le Velours, une base sablée alliant mousse au chocolat et écorces d'orange,

qui existait seulement en réseau exclusif, est désormais proposé à l'ensemble du marché.

Spécialités pâtisseries Charlottes fruitées sans alcool

À destination des professionnels de la restauration, Maison Boncolac revisite deux de ses recettes traditionnelles de charlottes. Sans alcool, elles pourront être proposées aux plus petits des gourmands. Ces charlottes se composent d'une mousse et d'une génoise ainsi que des classiques biscuits à la cuiller. Côté praticité, le choix s'est porté sur une présentation en format bande, permettant ainsi de varier les découpes, qu'elles soient souhaitées triangulaires ou rectangulaires.

En outre, le fabricant a eu la bonne idée de proposer un guide de découpe, fourni avec chaque charlotte.

Fruits rouges ou Poire-chocolat sont les deux recettes proposées dans un format de 800 g, soit l'équivalent de 12 à 15 parts.



RECETTES

Les papilles toujours de tradition

Certaines pâtisseries ont valeur de piliers gastronomiques, mais elles savent jouer avec les tendances pour toujours rester dans le vent sans prendre une ride. C'est peut-être là le secret des recettes éternelles.



La Cigale entend bien « dépoussiérer » l'image du baba avec des recettes originales comme le Babamisu, au café et au cacao.



Millefeuille, religieuse, baba, etc. : ces recettes font partie des fondamentaux de la pâtisserie française. La crème des crèmes en quelque sorte ! Seulement voilà, parce que sont des produits classés au patrimoine gastronomique national, ils peuvent parfois souffrir d'une image un peu vieillotte et démodée. « *Le baba est très souvent perçu comme le dessert de papy* », constate Michel Bohé, directeur général de la Cigale Dorée. Pourtant, il suffit parfois d'un rien pour remettre ces recettes de toujours au goût d'aujourd'hui. Fin 2008, Ladurée a fait un tabac avec ses religieuses pop-art aux couleurs acidulées.

Jouer avec la tradition

Au mois d'avril, le millefeuille jouait les vedettes chez Pierre Hermé au travers de l'opération « Fetish Millefeuille » qui consistait à proposer différentes réinterprétations originales de ce dessert, à l'instar du millefeuille fruits rouges - menthe. Et si le savarin ou le saint-honoré sont toujours inscrits au catalogue de Lenôtre, ce n'est pas un hasard. À la différence que la « Maison » s'est, là encore, attachée à rajeunir ces fleurons de la pâtisserie. Le baba, garni de fraises, a troqué son rhum pour une infusion de thé à la menthe... beaucoup plus tendance !

En restauration, ces recettes traditionnelles reviennent en force. Parce que les Français ont plus besoin que



Cours à l'affût

jamais de repères, de réassurance... et que la crise n'a fait que renforcer ce retour aux valeurs sûres. Pour permettre aux professionnels de la RHD de répondre à cette demande, les fabricants sont déjà à pied d'œuvre et tâchent de faire rimer du mieux possible tradition et modernité. L'exercice n'est pas forcément facile car ce genre de recettes emblématiques ne supporte guère les transgressions trop importantes. Pour le consommateur en effet, un millefeuille doit rester millefeuille et l'éclair... éclair.

Le baba fait son come-back

Spécialiste des savarins, la Cigale Dorée entend bien dépoussiérer l'image du baba. « Avec notre savoir-faire de trempage, on veut moderniser l'image de ce dessert avec des recettes sans alcool, ainsi que des formes et des formats plus originaux », explique Michel Bohé. Après avoir lancé le Babamisu (inspiré de la fameuse recette italienne) en fin d'année dernière, la PME s'apprête à lancer un savarin carré. Côté gustatif, le champ de possibilité est très vaste. « Le savarin est comme un éponge à saveurs et à couleurs, rappelle le directeur général. On peut en faire à la fraise, au citron, au thé vert, etc. ». À n'en pas douter, le baba saura se faire une nouvelle jeunesse pour reconquérir les papilles avides de tradition. Et, avec le Paris-brest, le Saint-Honoré et tous les autres, occupera encore et toujours une place de choix sur les cartes des restaurants et dans les vitrines des boutiques. ■ FT.



Pierre Hermé, Lenôtre, et les autres grands noms de la pâtisserie travaillent à remettre les classiques au goût du jour. Ici, les religieuses pop-art de Ladurée.

Découvrez vite
les produits thématiques
et sur mesure...


Gilles Pâtissier
....du Spécialiste!



GILLES PATISSIER ZI de la Riante Borie
19360 MALEMORT CORREZE - FRANCE
Contact: Philippe Marcadié
Tél: 0033 (0) 5.55.92.20.10
e-mail: gil.pat@wanadoo.fr


LA CHARLOTTE
PÂTISSIER GLACÉE

LA QUALITÉ AU SERVICE DU Plaisir



- PÂTISSERIES INDIVIDUELLES
- CRÈMES GLACÉES ET SORBETS
- INDIVIDUELS GLACÉS
- GÂTEAUX À PARTAGER
- ENTREMETTS GLACÉS
- DESSERTS FESTIFS
- PÂTISSERIE AMÉRICAINE
- INDIVIDUAL PASTRIES
- ICE CREAMS AND SORBETS
- INDIVIDUAL SERVINGS
- CAKES TO SHARE
- FROZEN DESSERTS
- FESTIVE DESSERTS
- AMERICAN BAKING

S.A. SOCIÉTÉ NOUVELLE LA CHARLOTTE
Parc d'activités de Landacres - 62360 Hesdin l'Abbé - FRANCE
Tél : +33 (0)3 21 30 40 20 - www.lacharlotte.fr

GMS

Le calme après la tempête

Le marché de la pâtisserie surgelée sort la tête de l'eau. Après une année 2008 passable, les ventes se sont stabilisées en 2009 et les trois premiers mois 2010 se sont avérés très positifs.

Les fabricants de pâtisseries surgelées retrouvent le sourire. Après la chute vertigineuse des ventes en 2008, l'année 2009 s'est soldée par un retour au calme avec des ventes quasiment stables. Preuve de la relativité des chiffres ! Il y a deux ans, alors que le marché était très dynamique, aucun fabricant ne se serait satisfait de tels résultats. Mais avec le revers de fortune connu l'an passé, la stabilité de 2009 est presque perçue comme une performance. Plus précisément, la reprise est vraiment perceptible depuis septembre 2009, à l'instar de la plupart des marchés alimentaires d'ailleurs. Et ces bonnes nouvelles se sont confirmées depuis le début de l'année. Rassurant !

Les tartes en manque de promo

Évidemment, tous les segments ne sont pas logés à la même enseigne. Tandis que les entremets ont globalement bien tiré leur épingle du jeu, les tartes ont moins bien résisté. Principale explication : la baisse de la promotion sur ce segment. « On sait que, sur les tartes, les prospectus fonctionnent bien et que le début de l'année est généralement propice pour dynamiser ce segment très élastique à la promotion », explique Sandrine Markt, chef de groupe chez Maison Boncolac. Or, depuis l'an passé, les distributeurs ont d'une part réduit la place des tartes dans les tracts et, d'autre part, recentré l'offre sur les marques de distributeurs. Au final, la prédominance des MDD est telle que le marché tout entier s'en trouve pénalisé. Les marques propres des enseignes représentent en effet désormais 61,5 % des volumes, soit 4,5 points de plus que l'an passé. Sur les tartes, la part de marché des MDD grimpe même à 77 %. Autant dire que la place des marques nationales est réduite à son strict minimum. Le segment sur lequel les MDD domi-



Générosité et accessibilité sont les deux maître-mots de la nouvelle gamme de tartes Pilpa Family.

Brossard revisite tous les packagings de sa gamme Une recette Lenôtre.



nent le plus est également celui qui a été le plus chahuté l'an passé. Faudrait-il y voir un lien de cause à effet ? Peut-être, surtout que la demande promo a baissé dans le même temps et que les rotations des références des marques nationales sont proches de celles de MDD. Les fabricants veulent en tout cas croire que les enseignes finiront par rééquilibrer leurs assortiments, en redonnant

aux marques la place qu'elles méritent. Ou plutôt la place qui leur est nécessaire pour pouvoir jouer pleinement leur rôle.

Lenôtre change de look

Premier intervenant sur les tartes après les MDD, Maison Boncolac veut redynamiser le cœur de marché avec une nouvelle gamme familiale signée Pilpa Famili. D'un diamètre généreux de 27 cm et proposées en flowpack, ces quatre recettes se veulent accessibles et quotidiennes. C'est pourquoi elles sont pré-découpées, pour permettre aux consommateurs de ne sortir que le nombre de parts nécessaires, à l'instar de ce qui se pratique en restauration.

Sur le segment premium, Maison Boncolac se dit très satisfait du lancement de Fauchon intervenu à l'automne dernier, avec des volumes au-dessus des objectifs et des niveaux de rotation encourageants. La gamme doit être étoffée en pâtisserie et en glace d'ici à la fin de l'année. Les fêtes étant évidemment une période plus propice au référencement saisonnier de cette offre premium. Même son de cloche chez Brossard qui annonce des nouvelles bûches pâtisseries pour Noël. En attendant, toute la gamme fait peau neuve avec une identité graphique plus actuelle qui verra le jour à la rentrée et que Le Monde du Surgelé dévoile en avant-première.

La catégories des « autres pâtisseries » qui comprend à la fois les mini-verrines, les macarons et autres mignardises a encore progressé sur les douze derniers mois et représente désormais 11,5 % des volumes totaux. Néanmoins, la croissance a eu tendance à s'essouffler, vraisemblablement en raison des arbitrages des consommateurs en faveur des produits plus accessibles. Les MDD se sont bien évidemment engouffrées sur ce créneau porteur et toutes les

enseignes proposent aujourd'hui plusieurs références de réductions. Dans ce contexte, Tipiak poursuit son travail de différenciation déjà entamé l'an passé. Dernière initiative en date : le lancement récent de macarons chocolat - amande. « *Nous avons privilégié une recette authentique au goût d'amande marqué et l'aspect traditionnel du produit en optant pour une coque craquelée, plus proche de l'amaretti que du macaron lisse que l'on voit partout* », explique Sabrina Penven, responsable marketing du pôle Traiteur pâtissier chez Tipiak.

Autre segment du linéaire pâtisseries : les pâtes à chou. Une catégorie qui représente tout de même 6,5 % des volumes mais qui souffre d'une image très basique et de la concurrence du rayon boul'pât. En 2009, Brossard avait tenté de revaloriser le segment en lançant des éclairs premium. Un an plus tard, le fabricant déplore que son travail n'ait pas payé davantage. « *Sur les pâtes à chou, les enseignes ont une stratégie basée sur l'ultra-accessibilité et privilégient plutôt les premiers prix que les références plus valorisantes* », regrette Laure Fauchon, chef de marché surgelés. Et à en croire les difficultés rencontrées par ce segment depuis plusieurs années, on peut légitimement se demander si ce parti pris est le bon... ■ FT.

Accompagnement de café, grignotage, dessert, etc. : toutes les occasions sont bonnes pour déguster les macarons chocolat-amandes de Tipiak au look traditionnel.



Pâtisseries en GMS

Répartition des ventes volumes par segment

	% Volumes	Evol. / 2008
Tartes	19,4 %	- 1,1 pt
Entremets	60 %	+ 0,2 pt
Pâte à chou	6,5 %	- 0,9 pt
Viennoiseries	2,6 %	+ 1,3 pt
Autres	11,5 %	+ 0,5 pt

TOTAL Pâtisseries 3 528 tonnes

Source : IRI Census - HM+SM - Cumul annuel mobile arrêté au 3 janvier 2010. Origine fabricant.

FAUCHON
PARIS

■ Divinement PÂTISSERIE



■ Valorisation élevée du linéaire surgelé
CA additionnel assuré

Par *Maison Boncolac*
La Passion Gourmande

N° 1
des
entremets
à marque*

N° 1
des tartes
fruits rouges
à marque**



*Ranking VMH unités et CA HM (DV>10) - du 31 août 2009 au 3 janvier 2010 - panels IRI
**Ranking VMH unités et CA HM - du 31 août 2009 au 3 janvier 2010 - panels IRI