

Les Français fans de dessert

Le goût pour le sucré, une exception française ? Plutôt... C'est en partie ce qui ressort d'une analyse menée par Gira Conseil pour la Compagnie des Desserts. Morceaux choisis.

QUI DIT RENTRÉE DIT LANCEMENT DE NOUVELLES CARTES. La Compagnie des Desserts, qui présentait la sienne fin août, avait invité Bernard Boutboul, directeur général de Gira Conseil, à parler de la relation des Français au sucré. Et son constat est réjouissant : les consommateurs sont d'incorrigibles gourmands, surtout lors de leurs sorties.

Une consommation en hausse

D'un point de vue général, la consommation alimentaire hors domicile a représenté 84,96 milliards d'euros de chiffre d'affaires en 2015. Un bilan en légère baisse

(-0,15 %), dans lequel les « circuits alimentaires alternatifs » (dont les boulangeries-pâtisseries) jouent les bons élèves (+2,80 %). Dans ce contexte, le sucré se porte

Le Français grignote à toute heure, en milieu de matinée comme dans l'après-midi.

de mieux en mieux. Gira Conseil estime qu'il représente 14,85 milliards d'euros de l'ensemble précédent, dont sept milliards dans les restaurants et 2,95 milliards dans les « circuits alimentaires alternatifs » (tous deux en progression). C'est simple : le convive tricolore aime finir sur une note sucrée. « Dans la structure "Entrée-plat-dessert", la majorité choisit la formule "plat-dessert" », affirme Bernard Boutboul. Et, s'il n'opte pas pour une assiette sucrée, le client frenchy se laisse facilement tenter par... « Un



COMPAGNIE DES DESSERTS

Le café gourmand enregistre une croissance à deux chiffres en restauration.

Une offre complète et évolutive

La Compagnie des Desserts est un fabricant de glaces et de pâtisseries à destination de la restauration commerciale. Avec 14 000 clients, quatre ateliers et 450 salariés, l'entreprise « épouse les tendances en travaillant de manière artisanale », affirme Sylvain Bertrand, directeur général. Pour plaire aux consommateurs en cette rentrée 2016, la catalogue s'est enrichi (entre autres) de nouvelles glaces aux graines toastées, d'un moelleux au chocolat tout prêt « façon grand-mère », et de desserts à personnaliser, comme la Pavlova.

café gourmand, qui concerne un repas sur trois, insiste l'observateur de tendances. *Il s'en est vendu 310 millions en 2014, 520 millions en 2015.* » Une piste pour vos boutiques ?

Schizophrénie et exigence

D'après le directeur général de Gira, le consommateur présente une autre particularité : autant, officiellement, il souhaite se nourrir de manière saine, autant « il se lâche dès qu'il est à l'extérieur, avec une préférence pour le gras, le salé et le sucré ». De plus, fort de la déstructuration des repas (6,2 prises alimentaires quotidiennes), le Français grignote à toute heure, en milieu de matinée (pour

compenser un petit-déjeuner express) comme dans l'après-midi (pour rattraper le déjeuner trop vite pris). Des pauses qui méritent une offre particulière ! Attention, alerte cependant Bernard Boutboul : « Quel que soit leur budget de sortie, les Français investissent dans un moment de plaisir, gâché par certains restaurateurs qui ne respectent pas le produit et le relationnel. » Une « colère » atténuée par l'arrivée de petits nouveaux qui osent innover, tant sur les créations culinaires que sur l'accueil. Et cette donnée, bien que constatée en restauration commerciale, mérite toute votre attention. ❖

Cécile Rudloff



CRISBERIC-FOTOLIA.COM

La majorité des Français préfère la formule plat-dessert à entrée-plat.