

Le livre Blanc

des desserts à l'assiette

la compagnie des desserts

Donner du plaisir au dessert

AUGMENTEZ

votre ticket moyen de 20 à 30%.

Ce livre blanc est un recueil de bonnes pratiques issues de plus de 40 ans de discussions, d'échanges, de formations et d'expériences avec nos clients.

Nous avons le plaisir de les partager avec vous pour vous permettre de vendre davantage de desserts.

LE DESSERT



Le dessert du jour

Il doit être valorisant et valorisé dans l'établissement,
de façon à surprendre le consommateur et le fidéliser.

Ses atouts :

- **Facile à mettre en œuvre et à "envoyer "**
- **Prix** de vente **attractif** (5/6 € max) / marge additionnelle
- **Rôle d'ambassadeur :** donne envie de prendre un dessert à la carte
- **Intégrable dans une formule**
- Format de 90 g maximum
- **Travaillé selon les fruits et produits de saison**

Exemples :

- *Tarte du moment*
- *Coupe de glace changeante*
- *Soufflé micro-ondes*
- *Mousse au chocolat*



Les incontournables

Ce sont les desserts indispensables
qui font figure de valeur refuge pour vos clients :

Leurs atouts :

- **Produits à forte valeur ajoutée**
- **Desserts fédérateurs**
- **Desserts gourmands**

Exemples :
- *Mi-cuit*
- *Tarte citron*
- *Crème brûlée*
- *Coupe de glace*
- *Profiterole*
- *Baba*



Les Signatures

Vous est-il arrivé de choisir un restaurant pour un de ses desserts ?
…ou de commander un dessert avant même de passer à table ?

- **Le dessert signature est :** le dessert le plus valorisant
- **C’est l’emblème de l’établissement, son ADN**
- **Il joue un rôle de découverte culinaire**
- **Il est à forte marge et à forte valeur ajoutée**
- **Il a un aspect « fait maison » ou cautionné par une signature de chef**
- **Il est en format individuel ou à partager**
- **Il a une forte identité visuelle et promeut la gourmandise**

La force d’un produit signature est telle qu'elle fait venir et revenir les clients. Un chef parisien nous a parlé de clients réguliers qui demandaient au serveur avant même de s'asseoir : "Vous nous mettrez 2 soufflés Grand-Marnier de côté, comme d'habitude. »

Alors quel serait votre dessert signature ?



La Glace

La glace répond à différentes envies de dessert :

- **En produit de service** sublimant une pâtisserie
  Tarte Tatin, mi-cuit chocolat

- **En coupe**
  Café liégeois, Dame blanche

- **En dessert glacé**
  Vacherin, Nougat glacé…

- **En instant café**
  Affogato pour les cafés gourmands



La Glace (suite)

La glace répond à différentes envies de dessert :

- **En élément de différenciation**
  Sorbet Romarin sur Fine abricot, BIO…

- **En dessert enfant**
  Saveurs adaptées aux enfants, décoration amusante

- **En digestif**
  Glaces et sorbets arrosés

Elle permet de faire un dessert personnalisé,
un dessert gourmand, un dessert léger
avec une **bonne valorisation et sans perte !**



La Glace (suite et fin)

Faites de la glace, votre signature, à tout moment de la journée :

- en amuse-bouche lors de vos réceptions,
- en coupe glacée pour une pause gourmande,
- en milk-shake pour un goûter,
- en café gourmand ou en affogato à la fin d'un repas,
- en cocktail pour un after-work.

Il y a mille et une façon de la proposer !

Adaptez la glace tout au long de l'année :

- Des saveurs de glaces pour toutes les saisons et tous les événements,
- Des saveurs de glaces avec des notes chaudes pour une envie gourmande et des notes fruitées pour une envie de fraîcheur.

Il y a mille et une façon de la personnaliser !



Le Café gourmand

De l'assiette fine au dessert gourmand….

- **Une seule réponse à plusieurs besoins** : légèreté, rapidité, gourmandise
- **Une valorisation de la marge**
- **Une solution, idéale pour les formules**
- **Une valorisation des desserts à la carte**
- **Deux formats disponibles** : le mini ou le lunch « fait maison »
- **Une forte identité visuelle**

Le Café gourmand peut être évolutif en terme de tarifs et d'offres : 3 ou 4 ou 5…pièces.

Le Café gourmand peut également être proposé pour d'autres instants de consommation (pause, after-work…)

Astuce : Démarquez-vous avec un café gourmand thématisé sur un événement ou sur la thématique de votre établissement !



Les Desserts à partager

Au même titre que l'on voit des entrées à partager, des plats à partager, pensez à proposer des desserts à partager !

Que ce soit le saladier de tiramisu à la cuillère, le baba long à trancher ou encore la planche à partager *(voir photo ci-contre)*, le dessert à partager est convivial et toujours apprécié.

- **Valorisation de l'offre** : un excellent moyen de montrer toute son offre.

- **Effet Wahou** : l'arrivée des desserts à partager à la table est toujours un spectacle à part entière.

- **Effet levier pour la prise de commande d'un dessert**



Personnalisation du dessert

Objectifs :

- **Se différencier**
- **Surprendre le consommateur**
- **Jouer la saisonnalité**

Exemples :

- *Tarte poire chaude et sa crème glacée Roquefort*
- *Fine aux pommes et sa glace Romarin*



Carte idéale

La carte idéale doit comporter des valeurs sûres :
- un produit signature,
- des desserts incontournables,
- des desserts adaptés aux formules.

Elle doit proposer une gamme de tarifs différenciée pour valoriser la richesse de l'offre :
- des desserts à prix d'ami : inférieur à 6 €
- des desserts gourmands : entre 6 € et 9 €
- des desserts signatures : supérieur à 9 €

Elle doit répondre **aux attentes de légèreté et de gourmandise avec un juste équilibre entre chocolat et fruit**.

Elle doit intégrer la tendance émergeante du **format à partager** pour son attrait convivial et spectaculaire.

MONTRER LE DESSERT

MONTREZ
le dessert

Dès que le client franchit le seuil de la porte de votre établissement, **stimulez la vente des desserts par du marketing visuel**.

La vue est le sens le plus sollicité car c'est le plus **stimulé par l'environnement**.

Une belle vitrine de glaces ou de pâtisseries présentant **de jolis desserts** sur assiette ou en coupe (avec des fruits, du chocolat, des fruits secs grillés...) sera toujours plus efficace que de longs discours.



Dès l'arrivée

Selon la configuration de votre établissement, pensez à mettre **une vitrine à glace ou à pâtisserie ou un chariot à dessert dans votre entrée**.

Le temps que le serveur arrive et accueille les clients, **la vitrine aura déjà fait son effet et le client aura déjà choisi son dessert !**

Astuce d'un de nos clients voulant renforcer l'effet de sa vitrine à l'entrée ; apposer une affiche avec la mention :
« Réservez votre dessert : dans une heure, il n'y en aura plus ! ».



L'environnement

Dans certains établissements, on constate que certains **murs ou coins sont inexploités**. Pourquoi ne pas les transformer en **buffets de desserts** ?

Vous créerez une attraction visuelle,
vous mettrez en valeur votre offre dessert et vous en vendrez davantage.

Pensez aussi à faire un buffet sur **plusieurs niveaux** pour créer du **volume** et donner l'impression d'un **grand choix**.

Astuce :
Mettre en scène un buffet symétrique pour donner une impression d'abondance avec un effet répétition des mêmes gâteaux.



Pendant le repas

« L'herbe est toujours plus verte dans le pré d'à côté. » : comme cette expression est vraie !

Le dessert de la table d'à côté donne envie aux autres convives. Il faut que les serveurs soient à l'affut des regards curieux et n'hésitent pas à renseigner sur le nom et la composition du dessert.

Faites circuler les desserts dans la salle, cela attisera la curiosité et l'envie des clients.

Dites à vos serveurs de traverser toute la salle, **cela permettra aux clients de saliver devant les desserts des autres et de faire leur choix**.



L'arrivée du dessert

Faites de l'arrivée du dessert un spectacle !

Une grande brasserie lyonnaise propose l'omelette norvégienne à partager comme dessert emblématique : dès qu'elle est commandée par une table, un serveur arrive avec l'imposant et magnifique dessert sur lequel scintillent des cierges magiques. **Cela attire l'attention de toutes les autres tables qui commandent à leur tour un dessert.**

Astuce : Le gâteau d'anniversaire est une autre belle occasion de vendre des desserts. Pour cela, chacun a sa technique, vous pouvez changer d'ambiance en mettant de la musique ou mettre des bougies d'artifice et étonner avec un gâteau spectaculaire.

Enfin, sur le même principe que le plateau à fromage, **venez avec un plateau à dessert qui présente une pièce de chacun des desserts** de votre carte.

Généralement, **la vue des pâtisseries déclenchera la commande et stimulera l'envie** des tables d'à côté.



Pendant l'attente

Aller au restaurant est un moment privilégié pendant lequel le temps est suspendu : généralement les convives prennent leur temps, qu'il s'agisse de pause, de causerie, de rire, de flânerie, de rêverie ou d'attente…

Vous avez l'occasion de capter leur attention avec des objets informatifs judicieusement placés sur la table.

- ***Le set de table*** **:** il possède **une grande surface d'expression** qui permet de présenter une carte de desserts avec des **photos et descriptions**. Le set de table est idéal pour mettre en avant les coupes glacées qui ont généralement un nom et une longue description.

Le set de table est **sous les yeux** des clients, il contribue à l'ambiance générale de l'établissement. Il est donc important de **soigner son look et l'information** qui y figurera.

Nous vous conseillons de rester élégant et de ne pas être trop intrusif.



Sur le moment

D'autres objets peuvent se trouver sur la table :

- ***Le chevalet de table :*** il a une fonction événementielle.
Il s'agit d'annoncer un lancement de produit hors carte ou une série limitée.

Par exemple : si vous faites un dessert à base de **fruits de saison**, cette PLV est idéale car vous pouvez la mettre et l'enlever selon la **disponibilité** des fruits.

- ***Le QR-code*** **: de plus en plus de QR- Code fleurissent sur les tables des restaurants** pour les clients qui préfèrent les cartes digitales. Il renvoie donc sur le **menu en ligne**.

Il permet aussi au client de **consulter la carte à tout moment** du repas. Vous pouvez donc le renvoyer vers la carte des desserts pour que le **choix** se fasse **pendant le repas**.







Autres façons de communiquer

Vous pouvez utiliser des publicités sur le lieu de vente comme :

- ***L'ardoise :*** l'ardoise est l'indispensable des salles de restaurant. Elle **permet d'adapter la carte**, les plats et **desserts du jour**, selon les disponibilités produit.
  Le client le sait et s'y fie. C'est donc l'outil idéal pour vendre vos desserts du jour et même ceux à la carte.

- ***L'écran :*** **Les écrans poussent dans les établissements.**
  En effet, ils permettent de mettre une **ambiance musicale**, de retransmettre un **événement sportif** ou même de **mettre en avant des produits**.

Pensez à mettre en avant vos desserts les plus jolis et les plus gourmands !

VENDEZ LE DESSERT

VENDEZ VOS desserts

Le client est dans votre établissement. Formidable !

Le dessert peut se vendre naturellement et très facilement. Voici **quelques conseils et astuces** que nous avons **regroupés pour vous permettre d'en vendre plus et mieux.**

Par exemple : Savez-vous qu'apporter sur la table une corbeille de pain dans l'attente de la prise de la commande, c'est un dessert en moins ?



Prise de commande

Le serveur joue un rôle-clé dans la prise de dessert.

Son attitude, son intention et les mots qu'il choisit conditionnent largement la décision du client. Le dessert ne se " demande " pas : il se suggère, se raconte, se désire. Une posture ouverte, confiante et enthousiaste, associée à une sémantique positive et assumée, installe naturellement l'idée que le repas se prolonge. **Le serveur doit considérer le dessert comme une évidence**, **jamais comme une option**.

Son rôle est **d'ouvrir l'imaginaire, de créer une projection gourmande et d'insuffler une émotion**. En partageant un coup de cœur, en évoquant une texture, un parfum, une signature maison ou le geste du chef, **il transforme un simple choix en expérience**.

Le dessert devient alors un moment d'envie, de plaisir et de souvenir.



Prise de commande

Les phrases à bannir…

Certaines formulations, trop neutres ou trop fermées, freinent inconsciemment la prise de dessert. Elles placent le client dans une posture de refus ou de renoncement, avant même que le désir ne s’installe.

À bannir absolument :
"Vous souhaitez un café ? "
→ Le café arrive trop tôt et clôt le repas.

" Vous prendrez un dessert ? "
→ Cette question ouvre la porte au non.

" Dessert ou café ? "
→ Pourquoi choisir quand on peut se faire plaisir ?



Prise de commande

Les phrases qui donnent envie

À l'inverse, certaines formulations ouvrent l'appétit avant même l'assiette. Elles installent une évidence, suscitent la curiosité et déclenchent l'envie sans jamais forcer la décision. En choisissant des mots chaleureux, affirmatifs et incarnés, le serveur accompagne naturellement le client vers le dessert. Il ne pose pas une question : il propose une suite logique, un moment de plaisir attendu.

Amener systématiquement la carte des desserts et proposer **au moins deux suggestions**, avec naturel et gourmandise.

" Je vous apporte la carte des desserts. Aujourd'hui, je vous recommande particulièrement le mi-cuit au chocolat, accompagné du coulis du chef, ou notre dessert signature aux notes plus fraîches. "
" Mon coup de cœur du moment, c'est celui-ci… "

En racontant une histoire, en mettant en avant un centre d'intérêt, une recette, un savoir-faire, une saison, une émotion, le serveur crée un lien. **Il ne vend pas un dessert : il prolonge l'expérience**.



Prise de commande

Lors de la prise de commande, idéalement en début de repas, il est toujours important de **bien identifier le prescripteur de la table.**

En effet, il y a toujours un convive **« moteur »** **sur lequel vont s'appuyer ou s'aligner les autres convives**.

Et pourquoi ne pas faire du **marketing de pénurie ?**

Il ne reste plus que deux cheesecakes. Proposez-les avec bienveillance dès la prise de commande, pour que vos clients ne passent pas à côté d'une spécialité.

Jouez sur la quantité limitée pour pousser à la consommation.



Astuces incitatives pendant le repas

Osez proposer un second dessert !
Vous serez surpris de voir les gourmands céder à la tentation.

Vous servez un baba au rhum ?
Posez une fiole de rhum à côté pour en arroser le baba !

Revenez une fois que le client aura terminé et proposez lui de terminer le rhum avec un deuxième baba !

Puis, avec le café, **osez proposer un café gourmand !**



Parler formules

Parler des formules : **plat + dessert + café**

À l'annonce du plat du jour, tentez de vendre le dessert de la journée : **souhaitez-vous que je mette la spécialité de la maison de côté ?**

Nous avons un très bon mille-feuille, si vous le souhaitez, je vous en réserve un tout de suite….

Question ouverte : **quel dessert vous ferait plaisir ?**
En dessert du jour, nous avons…

Rappelez le café gourmand au moment du café,
Si aucun dessert n'a été commandé.



Une carte globale

Mettez les desserts **sur la même carte que les entrées et les plats.**

Cela éveillera l'intérêt de vos clients et **ouvrira leur appétit**. Ils pourront ainsi **anticiper leur dessert et accorder le choix de leur plat en conséquence.**

Autre avantage : vous accroîtrez la communauté des amateurs de sucré qui choisiront votre établissement pour la **« happy end »** de leur repas.



Carte

Comme vu précédemment, il faut que la carte des desserts se trouve sur la carte globale.

Travaillez les appellations : l'envie et la gourmandise se déclenchent, dès la lecture du nom ou de la description des desserts. Osez donner des noms originaux et faire des descriptions gourmandes !

- Exemple de nom : Préférez "Cookie à la française chocolat" à "Sablé chocolat".
- Exemple de description : Ecrivez "moelleux chocolat et sa ganache chocolat-noisettes" plutôt que "moelleux chocolat".

- **Précisez le dessert "signature" ou « d'un chef ».** Tout ce qui vous permet de mettre en valeur un produit doit être signalé sur la carte !
- **Ajoutez un visuel** : on mange d'abord avec les yeux ! Ajouter une belle photo du dessert fait **augmenter les ventes de 15 à 30%.**

Une carte digitale est désormais un « must have » !

Qu'elle soit accessible depuis le **site web**, un **QR-code** ou une **application**, elle ne nécessite pas plus de travail.
Et elle vous permettra de mettre **plus de photos.**



Travail du serveur

Le serveur est un vendeur, pensez à lui apporter :

De la formation : Pensez à faire un petit fascicule pédagogique pour **donner des trucs et astuces** et expliquer comment on arrive à **sensibiliser les serveurs** sur l'importance de vendre du dessert, les former sur les desserts, leur **faire goûter**, leur apprendre à en **parler avec gourmandise**.

De la stimulation : Pourquoi ne pas **proposer des incentives aux serveurs** sur les ventes de dessert ?
Le challenge les séduira, poussera la vente de desserts et augmentera le ticket moyen.

Travail d'équipe : Le pâtissier ou la personne en cuisine doit **parler** à la salle en leur indiquant **les desserts à proposer en priorité.**

Par exemple : "il me reste 3 tartes citrons meringuées", suggérez-la aux clients en premier.

Cela favorisera la communication entre les 2 parties, cela favorisera le travail d'équipe et cela évitera les pertes !



Astuces incitatives au départ

Les clients n'ont pas pris de dessert ?

Osez leur proposer de repartir avec !
Le « Cake away » est la réponse possible à un client
qui a une petite faim ou bien qui manque de temps ou bien…

Les clients n'ont pas pris de dessert ?
Osez leur en proposer un pour leur pause gourmande !
Le « Cake away » est la réponse possible à un client qui pourrait prendre un dessert plus tard et ailleurs…

Pensez à avoir un chevalet de table ou spécifiez-le au niveau des formules du midi pour l'annoncer et des emballages adaptés pour poser le logo « cake away »

QUELQUES UNES DES
PLUS BELLES PRATIQUES
OBSERVÉES

Bonnes pratiques pour vendre des desserts

Nous vous avons donné des **astuces pour vendre des desserts mais les plus belles idées viennent toujours de vous.**

Qui mieux que vous peut parler, montrer ou vendre le dessert dans votre établissement ?

Un grand merci aux chefs qui ont accepté d'être cité et de dévoiler leur petit secret pour faire de belles ventes de desserts.



Personnalisation de Dessert

Un dessert qui coche les cases du Dessert signature :

- Dessert valorisant, élégant et personnalisé.
- Avec des éléments de l'ADN de l'établissement (carte du traiteur en chocolat).
- Rôle de découverte culinaire avec des fruits de saison (par exemple : la figue de septembre à novembre).
- Forte marge et à forte valeur ajoutée.
- Aspect « fait maison » et cautionné par la signature du traiteur.
- Forte identité visuelle, à la fois, gourmande et fruitée.

Bonne pratique observée chez

le traiteur Guzman et Délices

à Saint-Didier aux Monts d'Or (69)



Dessert signature et spectacle

Un dessert qui coche les cases du Dessert signature et du Dessert spectacle :

- La Brasserie George est la Brasserie emblématique de 1836 de Lyon proposant des plats gastronomiques régionaux traditionnels et bière dans une grande salle à manger de style Art déco.

- **L'omelette norvégienne aux fruits confits est son Dessert signature et son Dessert spectacle** :
- Un dessert qui s'inscrit dans le temps, puisqu'il est la carte depuis le début.
- Un dessert glacé « léger » après un repas copieux.
- Un dessert impressionnant pour sa longueur et sa générosité.
- Un dessert festif qui est servi flambé devant le client et/ou avec des bougies d'anniversaire pour marquer les mémoires.
- On vient à la Georges pour son omelette norvégienne, elle participe à la forte identité visuelle de l'établissement.

Bonne pratique observée à

***La Brasserie Georges** à Lyon (69)*



Desserts spectacles

Le geste en salle et la mise en scène

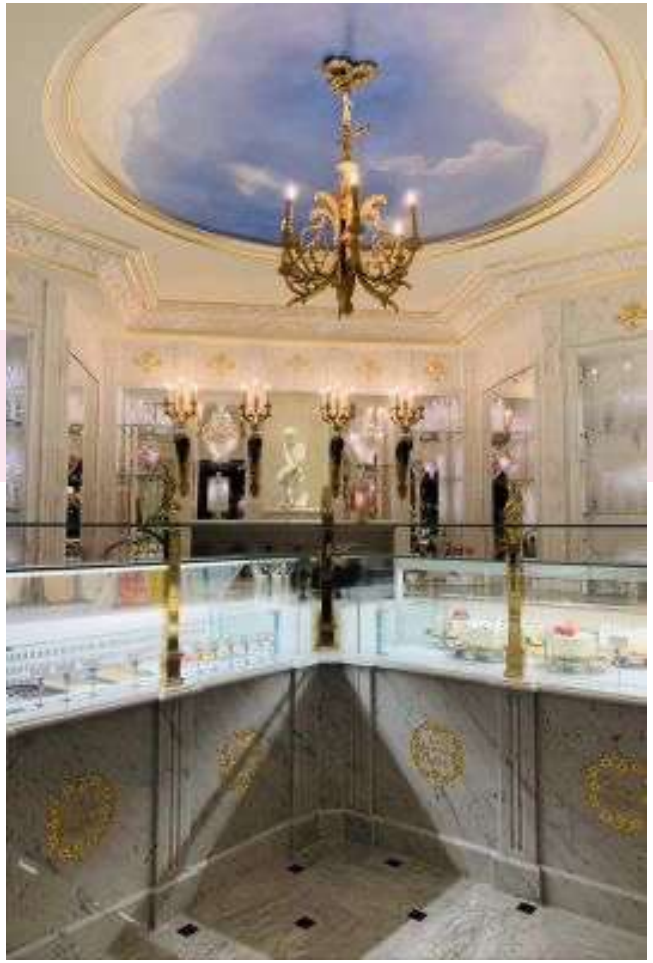
- Les Grands Buffets est un établissement hors norme. Les buffets sont visuellement impressionnants de par le nombre et la diversité des références sans compter la mise en scène. Suivant cette même ligne directrice, le dessert devient un vrai spectacle avec :

- **Un glacier authentique intégré**
- **Le flambage de la crêpe, de la banane flambée ou de l'omelette norvégienne**
- **L'immense fontaine de chocolat**

- Les desserts sont simples mais sublimés, grâce à un geste ou à la présentation ou au corner dédié. Ils deviennent un vrai spectacle.
- A noter que dès que l'on entre dans le restaurant, on a sur notre gauche la fontaine de chocolat. La gourmandise sucrée est attisée ! Dès l'entrée, on est conditionné pour garder une petite place pour le dessert.

Bonnes pratiques observées

***aux Grands Buffets** à Narbonne (11)*



Le Glacier



Le flambage de l'omelette norvégienne



La fontaine de chocolat

*Bonnes pratiques observées aux **Grands Buffets** à Narbonne (11)*



Dessert spectacle

Le geste en salle qui attire l'attention – le coulage du chocolat sur les Profiteroles

- La Brasserie L'Européen est une magnifique brasserie parisienne, spécialisée dans les fruits de mer.

- Son Dessert emblématique est un dessert « brasserie » par excellence les profiteroles au chocolat. C'est devenu un must de l'établissement grâce au chocolat chaud qui est versé en salle sur les profiteroles.

- La forte identité visuelle gourmande du dessert est stimulée par ce geste exécuté en salle par le serveur. Un geste qui n'échappe pas aux gourmands qui attendent leur tour ensuite…

Bonne pratique observée à

La Brasserie L'Européen

à Paris (12)





Dessert spectacle

Le geste en salle qui attire l'attention
– la découpe et le service du baba au rhum

- Le restaurant de La Fantaisie fait sensation au dessert avec le chef Rémi Guerin qui vient au moment du dessert
- Faire la découpe de son baba au rhum
- Verser du sirop de rhum dans le cœur du baba
- Déposer délicatement une crème fouettée
- 3 gestes qui ne manquent de se faire remarquer en salle !

Bonne pratique observée à

La Fantaisie

à Paris





Dessert spectacle

Le geste en salle qui attire l'attention
– le flambage de l'omelette norvégienne

- Le Bastion est un restaurant gastronomique à la cuisine créative dans un des plus beaux villages de France.

  Cet établissement a lui aussi adopté le geste en salle avec le flambage de l'omelette norvégienne directement sur la table des clients.

- Tout est en LIVE !
  Pour le plus grand plaisir des yeux et des papilles !!!

Bonne pratique observée

au Bastion

à Lagrasse (11)



Dessert spectacle

La Coupe glacée Thérèse :

- Le Restaurant Vins de Dagne est à l'image de son propriétaire Aurélien, simple, convivial et avec du goût !

- La coupe Thérèse est LE dessert spectacle : préparation en cuisine puis cérémonial en salle avec arrivée « fracassante » de la bouteille La vieille prune de Souillac, l'arrosage de la coupe glacée, story-telling autour de la coupe Thérèse et enfin, dégustation !!!

- Comme dit Aurélien : « Après chaque cérémonial, je vends ensuite 2 ou 3 coupes Thérèse dans son établissement de 30 places. »

Bonne pratique observée

au restaurant Vins de Dagne

à Montlaur (11)

Voir la vidéo du cérémonial de la coupe Thérèse



Dessert spectacle



Bruno Casassus-Builhé, Meilleurs Ouvriers de France (MOF)
Maître d'Hôtel, du Service et des Arts de la Table

- L'Hôtel de France est une affaire familiale comprenant 2 restaurants, situé au cœur de Auch dans le Gers. Bruno Casassus-Builhé, MOF Maître d'hôtel, Service et Arts de la table, est un expert du geste en salle.

  Pour le dessert, il a une technique infaillible : éveiller tous les sens !

- **Le Moulin à noisettes :** dans un moulin à poivre géant, il introduit des noisettes rôties qui dégage un parfum torréfié lorsqu'elles jaillissent du moulin sur les profiteroles, on entend le bruit des noisettes craquantes, on les voit et on les déguste ensuite sur de délicieuses profiteroles.

Exemples observés au restaurant

***La Grande Salle** à l'Hôtel de France à Auch (32)*



Dessert spectacle



Bruno Casassus-Builhé, Meilleurs Ouvriers de France (MOF)
Maître d'Hôtel, du Service et des Arts de la Table

- **La découpe et le service de la bande mille-feuille :** sur un guéridon, Bruno apporte en salle une bande de mille-feuille chocolat, il coupe une part pour le client, on entend le croustillant de la pâte, puis il sert une quenelle de mousse au chocolat dessus et enfin il fait couler délicatement la sauce chocolat au sommet. Impossible d'y résister, même après un copieux repas !

Le conseil de Bruno est de favoriser **le dessert à partager** pour la convivialité et le plaisir de partager une gourmandise en famille, entre amis ou entre collègues. Enfin, avec le dessert, faites appel à tous les sens : la vue mais aussi l'ouïe et l'odorat. Le toucher et le goût feront le reste !

Exemples observés au restaurant :
***La Grande Salle** à l'Hôtel de France à Auch (32)*

Voir la vidéo du dessert empreinte, dessert avec lequel Bruno Casassus-Builhé a obtenu le titre de MOF.



Montrer le dessert

Le Chariot à desserts

- Le Restaurant Le Château Bourgogne est le restaurant de l'Hôtel Mercure à Dijon.

  Cet établissement a compris combien il était important de montrer le dessert. Une pièce de chaque dessert circule à travers la salle.

  Faire voyager les desserts à travers la salle au fur et à mesure des demandes est un moyen de susciter la gourmandise.

Exemple observé au restaurant :

Le Château Bourgogne

à Dijon (13)



Montrer le dessert

Le Buffet de dessert / Brunch / Petit-déjeuner

- Le Restaurant Le Château Bourgogne est le restaurant de l'Hôtel Mercure à Dijon.
  Cet établissement a compris combien il était important de montrer le dessert.

- Exposer un magnifique buffet de desserts crée un point d'intérêt dans la salle et stimule l'envie d'un dessert.

Exemple observé au restaurant

Le Château Bourgogne

à Dijon (13)



Guy Savoy « Un dîner à Paris » (6e)





Restaurant Le George V à Paris (8e)



Restaurant Paul Bocuse à Collonge-au-Mont-d'Or (69)

Chariot à desserts

Les étoilés l'ont adopté







Astuces incitatives avant le repas

Disposez une vitrine droite avec vos desserts à l'entrée.

Le temps que vous receviez et vous installiez vos clients, ils auront le temps de scruter les desserts et de faire leur choix.

Ainsi, vous êtes sûrs qu'ils garderont une petite place pour le dessert !

Bonne pratique observée à

la Brasserie du Théatre

à Lons-Le-Saunier (39)



Astuces incitatives avant le repas

Simple, rapide, économique et…
qui fait monter le ticket moyen !!!

Osez l'humour et la légèreté avec un message amusant qui fait tomber les pensées limitantes !!!

Bonne pratique observée dans le restaurant
Pimprenelle
à Lyon (69)

DESSERT, LE DERNIER souvenir

AU RESTAURANT, **le dessert tant attendu occupe une place privilégiée dans l'esprit du client**. Le dessert, on l'attend sans pour autant lui accorder le rôle principal dans un repas. Il peut être le péché mignon, le plaisir assumé, l'écart autorisé, la petite note sucrée de fin de repas ou même le bouquet final…

Le dessert est **une gourmandise** : il est lié à l'envie du moment, c'est un achat d'impulsion ! **Souvent il suffit d'une petite étincelle pour mettre le feu aux poudres.**

Une table n'était pas partante pour un dessert ? Allumez cette étincelle et cette table se retrouvera avec un spectacle gourmand dans l'assiette, des sourires aux lèvres et un souvenir impérissable qui sera partagé… de vive voix, sur les réseaux sociaux.

Le dessert est le dernier souvenir que le client conservera de l'établissement et il est primordial de finir en beauté !



la compagnie des desserts

Donner du plaisir au dessert

LaCompagnieDesDesserts

La Compagnie Des Desserts