Juin
2018

www.lemondedesboulangers.fr
www.lemondedespatissiers.fr

LE MONDE DES Boulangers ET DES Pâtissiers

RECETTE

Le retour du Fraisier

PAGE 43

Supplément n° 125-1 du Monde des Artisans n° 125 • juillet-août 2018

RETROUVEZ LA RECETTE DES BONBONS PRALINÉS, AMANDE NOISETTE ET GANACHE FRAMBOISE, À L'EAU-DE-VIE DE FRAMBOISE 45° WOLFBERGER D'HUGUES POUGET P. 44

SAVOIR-FAIRE
L'été sera fruité et glacé…
P. 20

ACTUALITÉS
Les Moulins Viron et les céréales anciennes
P. 11

EXPERT
Faire revivre les centres-villes face aux zones commerciales
P. 24

Club Bio-plastiques

Association Française pour le Développement des Bioplastiques

Ne vous laissez pas ABUSER.

Respectez la LOI.

Exigez un sac compostable à domicile avec 40 % de matières biosourcées.

Exigez les mentions légales obligatoires.

Depuis le 1er janvier 2018, la Loi de Transition Énergétique (LTE) exige que les sacs plastique à usage unique soient composés à 40 % de matières biosourcées (ISO 16620-2) et compostables en compostage domestique (NF T51-800) et rend obligatoire le marquage de ces caractéristiques sur le sac.

HOME OK compost TÜV AUSTRIA HOME

LE LABEL OK COMPOST HOME GARANTIT LA COMPOSTABILITÉ À DOMICILE.

Le Club Bio-plastiques a pour mission la promotion et le développement des bioplastiques en France et en Europe.
Il réunit associations agricoles françaises spécialisées, fabricants de résines bioplastiques, fabricants d'emballages plastique, acteurs de la distribution, sociétés de conseil et organismes certificateurs.
www.bioplastiques.org

LJ Corporate / photos : © JB Mariou / Photos non contractuelles

SOMMAIRE

ÉVÉNEMENTS | 4
| Fête du Pain 2018 : Petits Moulins de France partenaire de la Société nationale des Meilleurs ouvriers de France

ACTUALITÉS | 8
| Panorama
| Fourrages Fruffi : vers plus de naturalité
| Le retour des céréales anciennes

SAVOIR-FAIRE | 13
| Notre sélection de livres
| José Salge, artisan glacier : *« Fabriquer, c'est faire partie d'une grande chaîne »*
| La Rousquille, une spécialité catalane
| Une Épiphanie réussie avec les Fèves Colas de Clamecy
| L'été sera fruité et glacé…

EXPERT | 24
| Faire revivre les centres-villes face aux zones commerciales
| Comment assurer l'avenir du pain dans l'artisanat ?
| Peut-on ubériser une boulangerie-pâtisserie ?
| Baisse de fréquentation : résignation ou action ?

DOSSIER 31
LE CACAO DE PLUS EN PLUS ÉQUITABLE

ENTREPRISE | 43
| Recettes : le fraisier, bonbons pralinés
| Gaylord Graveleau et Thierry Villelegier, Co-fondateurs de Seizemai : *« Pour accompagner la boulangerie artisanale de demain »*
| Petites annonces

ÉDITO

Qui a fait la tarte au citron ?

Qui a fait la tarte au citron ou ce croissant ? C'est la question que beaucoup de consommateurs se posent aujourd'hui en entrant dans une boutique. Le client n'achète pas seulement un produit, il est en quête de transparence sur l'origine, la composition, et les conditions de fabrication. Et aujourd'hui, les produits prêts à l'emploi se sont généralisés dans beaucoup de boulangeries-pâtisseries artisanales. À ce propos, Julien Aubert, député LR de Vaucluse, souhaite mobiliser les artisans boulangers pour une plus grande transparence de leurs produits afin d'apporter une meilleure information aux consommateurs. Le député a intégré une commission d'enquête parlementaire sur les risques sanitaires liés à la consommation de produits industriels. *« Elle veut étudier le lien entre la santé et les risques de la santé et le développement des produits industriels. Vous pouvez être un boulanger artisanal mais vendre de la pâtisserie industrielle »*, rappelle Julien Aubert qui ajoute : *« Il y a une inquiétude de la population ! On consomme de plus en plus de produits dont on ne connaît pas l'origine. Aujourd'hui plus que jamais, il y a une exigence de traçabilité à connaître »*.

Alors que l'appellation « boulangerie artisanale » (loi du 25 mai 1998) est une garantie pour le client que les boulangers fabriquent leurs pains de façon artisanale, les produits de pâtisserie fabriqués et congelés à l'extérieur ne sont pas astreints à un tel étiquetage. Dans un même magasin, on peut retrouver à côté d'un pain artisanal, un produit de pâtisserie décongelé sans que rien ne l'indique ! Pourtant, depuis 1991, les professionnels ont l'obligation d'indiquer aux consommateurs que certains produits sont passés par un processus de congélation puis décongélation avant leur mise en vente. La Confédération nationale des artisans pâtissiers présidée par Pierre Mirgalet a réactualisé le pictogramme Fredy (pingouin) et propose aux artisans un nouveau logo décongelé à afficher. Il permet à la fois de répondre aux exigences réglementaires pour l'information des consommateurs (règlement n° 1169/2011 dit INCO) en les informant que les produits concernés par ce logo ont été fabriqués par l'artisan et congelés dans les locaux de fabrication. Dans la boulangerie, la CNBF souhaite également améliorer la traçabilité des produits. Après le décret de Tradition Française (13 septembre 1993), un code des usages de la viennoiserie maison a été mis en place. Cependant, la profession attend encore une charte de qualité qui engagerait chaque artisan boulanger à ce que ces produits soient bien fabriqués sur le lieu de vente. En cas de contrôle et non-respect d'autres appellations valorisantes (fait-maison, produit artisanal, traditionnel, à l'ancienne, produit frais, pur beurre de cacao), l'artisan boulanger ou pâtissier risque une amende.

Bonne lecture !

Jean-Pierre **Deloron**

L'INDEX DES ANNONCEURS

CORPORATE P. 2 | ADF DEBAG FRANCE P. 17 |
CSM P. 17 | CRISALID P. 23 |
PETITS MOULINS DE FRANCE P. 29 |
MAP P. 35 | PANIMATIC P.37 |
MSB P.40 | MAAF P. 47

Le Monde des Boulangers et des Pâtissiers n° 125-1 supplément du *Monde des Artisans* n° 125 de juillet-août 2018. Éditeur délégué : Stéphane Schmitt. Sites : www.lemondedesboulangers.fr et www.lemondedespatissiers.fr. Responsable rédaction et publicité : Jean-Pierre Deloron, ✆ 06 61 55 46 73, e-mail : jpdeloron@noos.fr. Publicité : Thierry, ✆ 06 22 69 30 22 et Cédric Jonquières ✆ 06 10 34 81 33, fax 05 61 59 40 07, e-mail : thierry.jonquieres@wanadoo.fr. Impression : Léonce Déprez - ZI Ruitz 62620 Barlin. Mise en page, fabrication : Pixel image, ✆ 03 87 69 18 18. Directeur de la publication : François Grandidier. N° commission paritaire : 0321T86957. *Le Monde des Boulangers et des Pâtissiers* n'est pas responsable des articles et communiqués de presse qui lui sont fournis.

Toutes reproductions, même partielles, sont formellement interdites sauf autorisation écrite de la société éditrice. Dépôt légal : à parution. En couverture : © Annelyse Chardon. Pour adresser vos dossiers de presse : Jean-Pierre Deloron, e-mail : jpdeloron@noos.fr.

Origine géographique du papier : Allemagne - Taux de fibres recyclées : 0 % -
Certification des fibres utilisées : PEFC - Au moins 1 des indicateurs environnementaux : Ptot 0,016 kg/tonne

FÊTE DU PAIN 2018

Petits Moulins de France **partenaire** de la Société nationale des Meilleurs ouvriers de France

À L'OCCASION DE LA FÊTE DU PAIN SUR LE PARVIS DE NOTRE-DAME DE PARIS, PLUSIEURS MEMBRES DE L'ÉQUIPE DE FRANCE DES MOF BOULANGER ONT FABRIQUÉ DES BAGUETTES DE TRADITION FRANÇAISE, ISSUES DES FARINES DES PETITS MOULINS DE FRANCE (PMF), PREMIER GROUPEMENT DE MEUNIERS À FAIRE CONTRÔLER SES FARINES PAR UN ORGANISME INDÉPENDANT.

JEAN-PIERRE DELORON

Chaque année, la Fête du Pain est l'occasion de fêter Saint-Honoré (16 mai), le patron des boulangers. À Paris, le syndicat du Grand Paris, présidé par Franck Thomasse, avait installé un chapiteau sur le parvis de Notre-Dame où le grand public, composé de beaucoup touristes, a apprécié le savoir-faire des artisans boulangers (10 000 visiteurs/jour). Cette année, les États-Unis étaient les invités d'honneur! Une trentaine de boulangers américains a fabriqué différentes sortes de gâteaux, cookies, brownies et spécialités américaines. Des centaines d'enfants ont pu s'initier également à la fabrication de la baguette à partir de la farine. Tous les pains et viennoiseries ont été cuits sur place. Dans toute la France, le mois de mai a permis de démontrer la richesse à la fois gustative et nutritionnelle des pains français. Pour répondre à un besoin de transparence grandissant des consommateurs, les Moulins de

PAINS RÉGIONAUX ET MOF BOULANGER

Les MOF Boulanger (Thierry Meunier, Richard Ruan, Gérald Biremont, Olivier Magne, Philippe Hermenier, Bernard Burban, Nicolas Streiff et Sylvain Herviaux) ont fabriqué des pains régionaux (Plié breton, Brié normand, Lodève, Beaucaire, Seigle auvergnat, Südbrot, etc.) pour le plus grand plaisir du public.
Les pains régionaux ont toute leur place face aux pains spéciaux souvent fabriqués à partir de mixs.
Ils correspondent à une identité forte des régions françaises et offrent du goût. Les consommateurs sont sensibles à ces pains économiques qui s'adaptent aux différentes spécialités gastronomiques de France selon Sylvain Herviaux.

PETITS MOULINS DE FRANCE

Créé en 2006, le groupement Petits Moulins de France rassemble plus de 60 meuniers indépendants qui défendent les valeurs d'une meunerie de proximité où toute la filière est respectée du producteur de blé au consommateur de pain. Retrouvez-le meunier près de chez vous sur www.petitsmoulinsdefrance.fr et sur la page Facebook Petits Moulins de France.

Suite page 6 ▶

Suite de la page 5 ▼

Landelle (Arnaud Mouchard) adhérent Petits Moulins de France, ont fourni la farine aux MOF Boulanger afin de mieux faire connaître la filière du meunier au boulanger.

TRAÇABILITÉ GARANTIE AVEC PETITS MOULINS DE FRANCE

Aujourd'hui, il existe un besoin d'information grandissant en matière de traçabilité des farines et c'est pour cette raison que Petits Moulins de France, le plus important groupement de petits meuniers indépendants, a décidé de se rapprocher des représentants de l'Excellence, les MOF Boulanger, pour démontrer aux visiteurs de la Fête du Pain que la farine reste un des ingrédients « clé du bon pain ». Pendant deux jours, une équipe de MOF Boulanger, emmenée par Sylvain Herviaux, a réalisé des démonstrations techniques et des dégustations autour de la baguette de Tradition Française. Comme l'explique Serge Reynard, président du groupement : *« Depuis sa création en 2006, Petits Moulins de France a toujours prôné l'excellence et la transparence chez ses adhérents et l'exigence des consommateurs d'aujourd'hui lui donne raison. »*

COLLABORATION AVEC LE LEMPA

Pour accompagner cette démarche, Petits Moulins de France a fait appel au principal laboratoire indépendant du secteur le Lempa, pour mettre au point un process de contrôle rigoureux qui permet aux boulangers de travailler avec de la farine de Tradition Française, garant d'une qualité tout au long de l'année. Pierre-Tristan Fleury, directeur du Lempa : *« Si l'expertise de l'artisan est centrale, il n'y a pas de bon pain sans bonne farine. PMF se dote ainsi des services du LEMPA, laboratoire de référence de la filière pour assurer un contrôle régulier de ses farines. Cette démarche vertueuse donnera satisfaction aux boulangers et aux consommateurs finaux à n'en point douter. »*

INBP ET FÊTE DU PAIN

Denis Fatet et Philippe Hermenier (INBP de Rouen) ont fabriqué plusieurs recettes de baguettes (L'insolite, la Minutie à la farine de blé dur, l'Ardéchoise à la farine de châtaigne), des spécialités régionales comme les cannelés bordelais ainsi que 2 recettes originales spécialement conçues pour la Fête du Pain 2018 ! La Focaccia aux crudités et le triangle feuilleté vanille fraise.

En ligne... *Retrouvez toutes les dates des salons sur Internet :*
www.lemondedesboulangers.fr/agenda
www.lemondedespatissiers.fr/agenda

2018

SEPTEMBRE

IBA À MUNICH (ALLEMAGNE)
Salon International de la boulangerie-pâtisserie. Du 15 au 20 septembre au parc des expositions de Munich.
www.iba.de

RAPID RESTO
Salon dédié à la vente à emporter, le snacking et la « street food ». Du 19 au 20 septembre, porte de Versailles à Paris.
www.salonrapidresto.com

HORESTA HAUTS-DE-FRANCE
Salon des métiers de bouche. Du 23 au 25 septembre au Grand Palais de Lille.
www.horestahdf.fr

OCTOBRE

SIAL
Du 21 au 25 octobre à Paris Nord Villepinte. Rendez-vous biennal de l'agroalimentaire mondial.
www.sialparis.fr

SALON DU CHOCOLAT
Du 31 octobre au 4 novembre. Porte de Versailles.
Tél. : 01 45 03 21 26
www.salon-du-chocolat.com

NOVEMBRE

ÉQUIP'HOTEL
Salon de l'équipement, l'hôtellerie et la restauration. Du 11 au 15 novembre 2018, porte de Versailles à Paris.
www.equiphotel.com

2019

JANVIER

SIRHA
Salon international de l'hôtellerie, de la restauration et de la boulangerie-pâtisserie. Du 26 au 30 janvier 2019 à Eurexpo Lyon.
Tél. : 04 78 17 63 12
www.sirha.com

GOURMET SÉLECTION 2018

Rendez-vous les 23 et 24 septembre

Pour sa 6e édition, le Salon Gourmet Édition (dimanche 23 et lundi 24 septembre Paris Porte de Versailles) évolue pour répondre aux attentes des visiteurs : nouvelle périodicité et nouveau visage. Depuis sa création, ce salon s'est imposé comme le salon professionnel de toutes les découvertes en matière de produits raffinés à valeur ajoutée.
« L'univers de l'épicerie fine constitue une communauté spécialisée qui a besoin de se rencontrer et se renouveler régulièrement », explique Chantal de Lamotte, directrice du Salon. *« En tant qu'organisateur, c'est un véritable challenge qui nécessite une réelle capacité à sourcer les beaux produits français et européens. De plus, la demande actuelle des consommateurs s'oriente vers le bon goût, les produits qualitatifs, labellisés et tracés. Gourmet Sélection 2018 sera un salon qui affichera une vraie différenciation et une vraie identité en proposant des produits premium, aussi beaux, que bons et pratiques, qui sortent du commun des linéaires. »*

SEPTEMBRE

SÜDBACK À STUTTGART (ALLEMAGNE)
Salon international dédié à la boulangerie-pâtisserie artisanale. Du 21 au 24 septembre à Stuttgart en Allemagne.
www.messe-stuttgart.de

OCTOBRE

HOST À MILAN
Salon international de l'hôtellerie et de la restauration avec une partie boulangerie-pâtisserie. Du 18 au 22 octobre au parc des expositions de Milan.
www.host.fieramilano.it

Rietmann France lance les crackers protéinés

Grignoter sans culpabiliser ! Fins, légers et croustillants, les crackers protéinés, lancés sous la marque Krafticus sont fabriqués selon un procédé spécial breveté. Proposés en pot de 75 g, ils sont une véritable alternative aux chips traditionnelles : 15 à 20 % moins caloriques et très faible teneur en acrylamide, ce qui est meilleur pour la santé ! Ces crackers sans fructose sont riches en protéines et fibres végétales ainsi qu'en acides gras Oméga 3 (bonnes graisses insaturées obtenues par les graines de lin et de sésame). 2 saveurs : nature et paprika/curry. Version bio disponible en septembre !

Salon Dauphinois du 14 au 16 octobre

Avec 11 100 visiteurs professionnels et 215 exposants, l'édition 2016 a remporté un vif succès. Pour sa 3e édition, du 14 au 16 octobre 2018, le Salon Dauphinois des professionnels de l'hôtellerie, restauration et commerces alimentaires s'impose comme le rendez-vous incontournable pour développer vos affaires dans les Alpes. Avec une belle croissance le Salon dépassera les 7 000 m² et les 250 enseignes représentées avec une représentation très forte du monde de la boulangerie.

GRENOBLE, LE RENDEZ-VOUS INTERALPIN

Au cœur du Dauphiné, entre Lyon, Valence, Chambéry, Annecy et la plupart de grandes stations de ski, Grenoble touche une zone de forte représentation des métiers de bouche. En 2018, l'ensemble des acteurs de la profession investit. Dans la bonne ambiance d'un Salon à taille humaine, les visiteurs viennent rencontrer leurs interlocuteurs habituels. L'objectif est de satisfaire tous les besoins immédiats de leur établissement grâce à une offre très large de la part des exposants (alimentaire, boisson, matériel, décoration, conseils, véhicules, services). Idéalement placé dans la saison, le mois d'octobre est la période de préparation de la saison d'hiver et des fêtes de fin d'année.

Coupe du Monde de Football 2018

FRANÇOIS DOUCET CONFISEUR

À l'occasion de la Coupe du Monde de Football 2018 en Russie, du 14 juin au 15 juillet, François Doucet Confiseur accompagne les supporters les plus gourmands en proposant un coffret spécial composé d'un assortiment de perles poire, framboise et croustillants multicolores et de méli-mélo. Les perles framboise et poire sont des pâtes de fruits « grand arôme » enrobées d'une fine couche de pâte d'amandes et habillées d'un chocolat onctueux. Les croustillants multicolores sont des cœurs de céréales croustillantes enrobés de chocolat noir puis d'une fine couche de chocolat blanc aux nuances multicolores. Le méli-mélo est un mélange d'olives de Provence, galets, noisettes et de Pralino chocolat noir brillant.

JADIS ET GOURMANDE

Le chocolatier Jadis et Gourmande (5 boutiques en région parisienne) soutient l'équipe de France de football avec son mythique alphabet praliné et Gianduja, un ballon et une chaussure de foot avec crampons au chocolat noir ou au lait.

Rational, partenaire de l'émission Le meilleur pâtissier

Rational, partenaire de l'émission « Le meilleur pâtissier : les professionnels » sur M6, équipe cette année encore les cuisines où se déroulent les épreuves, sous l'œil affûté du jury composé d'Audrey Gellet, Philippe Conticini, Cyril Lignac et Pierre Hermé ! Les performances et l'efficacité du SelfCookingCenter® se mettent au service des artisans pâtissiers.

DGF consolide son maillage national

DGF poursuit sa présence nationale avec le rachat de la société Cantrel, spécialisée dans la distribution de produits aux professionnels des métiers de bouche à Poitiers. Depuis 1967, Cantrel compte environ 400 clients artisans boulangers-pâtissiers et restaurateurs situés entre La Rochelle et Poitiers. Elle dispose d'une structure logistique capable de stocker et distribuer des produits frais, secs, surgelés ou du petit matériel. 3 camions sillonnent chaque jour les routes pour approvisionner ses clients. La société emploie 14 salariés sous la houlette de Francis Chary.

Mademoiselle Desserts lance une offre cookies

Présentées au Salon Sandwich & Snack Show à Paris, trois références de cookies complètent l'offre Mademoiselle Desserts : chocolat au lait, chocolat blanc, pistache, Cranberry et cookie raisin, abricot, datte et avoine. Mise en œuvre facile et rapide pour ces palets crus surgelés prêts à cuire sans décongélation préalable. 12 min à 160 °C. Des produits fabriqués en Angleterre et conçus pour le snacking ! Ex-européenne des desserts, l'entreprise Mademoiselle Desserts emploie 1 300 salariés en Europe avec 9 sites industriels spécialisés dans la pâtisserie surgelée. Mené par son P.-D.G. Didier Boudy, le groupe revendique 210 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2016.

Compléments alimentaires pour réduire la fatigue

Pour réduire la fatigue causée par le stress et retrouver de l'énergie et du tonus dans votre entreprise, Vincent Bobo, docteur en pharmacie à Saint-Cyprien (Occitanie), lance des compléments alimentaires naturels sans aucun additif chimique dans des gélules 100 % végétales. Une gamme de 11 formules : forme, transit, sommeil avec ou sans mélatonine. Tous ces produits sont garantis sans conservateur, ni colorant (dioxyde de titane), ni OGM… mais entièrement composés de nutriments et d'extraits végétaux.

Travaux d'agrandissement pour les vergers Boiron

Référence mondiale des purées et coulis de fruits surgelés depuis plus de 45 ans, les vergers Boiron lance de nouveaux travaux d'agrandissement sur son site de Valence (Drôme). Organisé en deux phases, ce chantier s'étendra entre mars 2018 et juin 2019 pour un montant global de 2,5 millions d'euros. Objectif : accompagner la croissance de l'entreprise et le bien-être des salariés en créant de nouveaux espaces de vie et de travail. L'entreprise a réalisé une vingtaine d'embauches en 2017 et 3 recrutements sont en cours. Les vergers Boiron vend chaque année plus de 15 000 tonnes de produits dans 80 pays, soit 15 millions de barquettes dans le monde. Elle réalise un chiffre d'affaires de 80 millions d'euros dont 80 % à l'export et emploie plus de 130 personnes.

FOURRAGES FRUFFI

Vers plus de **naturalité**

LA GAMME DES FOURRAGES AUX FRUITS FRUFFI D'ARTISAL DEVIENT CLEAN LABEL EN ADOPTANT DES ARÔMES ET COLORANTS NATURELS AVEC UN GOÛT AU PLUS PROCHE DU FRUIT.

La démarche Clean Label a participé à la rénovation des recettes Fruffi. Mangue-abricot devient Fruffi mangue. Plus riche en mangue, elle conserve 70 % de fruits (70 % de mangue) pour garder le goût frais et délicat de la mangue. Disponible en conditionnement boîte métal de 3,2 kg.

MULTI APPLICATIONS

Riche en fruits avec minimum 70 % de fruits en morceaux ou de la pulpe de fruit, la gamme Fruffi se décline en 14 parfums (pomme, banane, myrtille, abricot, fraise, framboise, poire, cerise, fruits des bois, exotique, orange, pêche, citron de Sicile et mangue). Autant de goûts de fruits frais qui apportent aux desserts une saveur authentique de fruit ! Les fourrages Fruffi répondent à la recherche du goût fruité. Prêts à l'emploi, ils se marient avec tout type de pâte, de crème ou ingrédient pour agrémenter les pâtisseries tout au long de l'année.

RÉPONDRE À LA NATURALITÉ

Pour répondre aux consommateurs qui demandent des produits naturels, les formules des produits Fruffi sont toutes labellisées Clean Label (sans arôme artificiel pour conserver la saveur authentique du fruit et sans colorant artificiel pour préserver sa couleur naturelle). Les arômes naturels conservent le goût originel des fruits. Faciles à utiliser, ces fourrages s'appliquent directement aux mousses, macarons, coulis ou en fourrage dans une verrine et également en cuisson pour les viennoiseries, flans, tartes et crumbles. Des produits stables à la décongélation. Véritable source d'inspiration, ces fourrages se marient avec différents parfums. Autre avantage, ils n'ont pas besoin d'être décongelés et sont conditionnés en seau ou en boîte métal selon les parfums.

© PHOTOS : CSM FRANCE / STUDIO PYGMALION

CSM BAKERY SOLUTIONS®

Les marques de CSM (Marguerite, Artisal, Catherine, Dejaut, Waldkorn, etc.) sont parmi les plus reconnues en boulangerie-pâtisserie. Tous les produits de ces marques sont disponibles auprès des distributeurs Back Europ France ou auprès de votre attaché commercial Artisal. Pour plus d'informations, rendez-vous sur www.csmbakerysolutions.com

FARINE

Le retour **des céréales anciennes**

LES MOULINS VIRON ET L'AGRICULTEUR BERNARD RONOT, FONDATEUR DE L'ASSOCIATION GRAINES DE NOÉ, INNOVENT EN CRÉANT UNE PARCELLE DÉDIÉE AUX CÉRÉALES ANCIENNES EN EURE-ET-LOIR. LE DÉFI DE DEMAIN…

Depuis leur rencontre en 2016 avec Bernard Ronot, président de l'association Graines de Noé, les Moulins Viron s'intéressent beaucoup aux céréales anciennes et paysannes. Fin octobre 2017, 120 variétés de blé et de seigle de différents types comme l'engrain, l'amidonnier, l'épeautre, le blé dur, le blé tendre, le Poulard ont été plantées à Brou… En 2018, les Moulins Viron mettent à l'honneur l'une des plus anciennes variétés de blé, l'amidonnier, qui était très largement cultivé dans l'Antiquité avec leur nouvelle recette : le pain Antique !

UNE FARINE POUR UN GOÛT UNIQUE

Cette farine, panifiée à partir de céréales écrasées sur meule de pierre permettant de conserver la quasi-totalité des éléments, à savoir l'amande, le germe et une partie de l'enveloppe, permet de fabriquer un pain au levain naturel et sans aucun additif. Elle offre une signature aromatique unique. L'amidonnier associé au froment et au seigle et écrasé à la meule de pierre, compose un mélange de farines hors du commun. Nacrée tirant vers le jaune foncé, sa mie est dense et mœlleuse. Une belle croûte, légèrement caramélisée se joint à la mie. Ce pain offre des senteurs florales et lactiques et son goût évoque la châtaigne légèrement épicée, les feuillages d'automne, avec une note d'acacia et une touche de cerise noire.

DIVERSIFIER SON OFFRE

Le pain Antique devrait séduire les consommateurs à la recherche de nouvelles sensations et permettra aux artisans boulangers de diversifier leur offre. Pour les Moulins Viron, l'objectif est de promouvoir un dialogue entre agriculteurs, meuniers, boulangers et consommateurs et plus généralement entre tous les acteurs de la filière blé-farine-pain. Le meunier souhaite également contribuer à protéger une biodiversité riche dans le respect des impératifs écobiologiques et de conservation des variétés anciennes et paysannes, pouvoir observer les variétés qui s'adaptent le mieux à notre terroir et surtout étudier les qualités panifiables, nutritionnelles et organoleptiques de ces futures farines. Cet été, une action pédagogique sera menée pour sensibiliser les professionnels mais également le grand public à la diversité, à la qualité et aux saveurs des variétés de céréales et de pains.

GRAINES DE NOÉ

Bernard Ronot a créé cette association en 2010 afin de préserver la biodiversité, d'encourager un mode d'agriculture biologique, durable et respectueux de la nature, de participer au maintien d'une alimentation saine et durable et de promouvoir les semences paysannes. Les actions de cette dynamique association sont nombreuses : sélectionner des variétés de céréales de pays pour les agriculteurs, assurer la traçabilité et la transparence aux consommateurs, sensibiliser le grand public pour transmettre la connaissance des valeurs de la nature…

Résultats

Meilleure Baguette de Tradition Française 2018

© PHOTOS : FRÉDÉRIC VIELCANET

1er : Trophée Marcel Cosnuau : Laurent Encatassamy (Île de La Réunion), 2e : Aymeric Rousse de la Maison Beauhaire (région Occitanie). 3e : Sébastien Carballo-Toribio, les Douceurs de Malause (région Occitanie). 3 autres finalistes ont concouru. David Enguehard (Normandie), Rudy Formosa (Pays de la Loire) et David Pouilly (Auvergne Rhône-Alpes).

PARIS

1er Mahmoud M'Seddi (Paris 14e), 2e Le Grenier à Pain rue St-Amand (Paris 12e), 3e Le Puits d'Amour (Paris 11e), 3e ex aequo Au levain des Pyrénées (Paris 20e), 5e Landemaine (Paris 9e), 6e Maison Hubert Rambuteau (Paris 3e), 7e Maison Decorde (Paris 5e), 8e Arnaud Delmontel (Paris 17e), 8e ex aequo Au Duc de la Chapelle (Paris 18e) et Thierry Meunier (Paris 19e).

ÎLE-DE-FRANCE

Frédéric Schaeffer, artisan boulanger-pâtissier à Crespières, est le nouveau lauréat de la meilleure baguette de Tradition Française d'Île-de-France. Il fabrique ses baguettes avec la farine Foricher (Moulin à Arnouville-les Gonesse dans le 95). 2e : Armand Carneiro, boulanger à Nanterre.

Coupe du Monde de la Pâtisserie Juniors

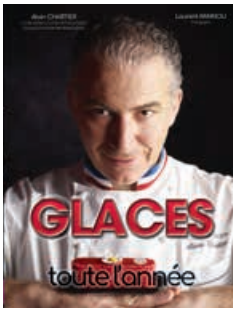
La sélection de l'équipe de France pour la World Pastry Cup Juniors a eu lieu au lycée CFA de Groisy (Haute-Savoie). Les cinq équipes de deux juniors ont excellé dans la fabrication de leurs œuvres ! Aurélien Métayer et Joris Vée remportent la sélection française et représenteront la France en janvier 2019 à Rimini dans le cadre du Sigep. Florian Cros et Rémy Berthet seconds constituent l'équipe suppléante.

Meilleur Croissant au Beurre d'Isigny A.O.P

Élève à l'école de boulangerie-pâtisserie de Paris, **Capucine Petit** remporte la 13e édition du concours du meilleur croissant au beurre d'Isigny A.O.P au lycée François Rabelais de Ifs en Normandie. Elle a brillé dans les 2 catégories (croissant et viennoiserie revisitée). 2e : **Bertille Bodin** du lycée Louis Guilloux à Rennes. 3e : **Imran Badin** du lycée La Renaissance à Saint Paul La Réunion. 4e : **Louis Mathurel** de l'Inbp Rouen et 5e : **Alaa Letaief** du CFA Georges Frêche à Montpellier. La remise des prix a eu lieu en présence de Daniel Delahaye, directeur général de la Coopérative Laitière Isigny Sainte-Mère.

À VENIR CONCOURS NATIONAL PAIN BIO

Mardi 18 septembre au siège des boulangers-pâtissiers du Grand Paris. 2 pains bios de forme boule identiques sans graine incorporée ou en décoration, pesant entre 500 et 600 g. Renseignements 7 quai d'Anjou, Paris 4e.



ALAIN CHARTIER FORMATION
GLACES TOUTE L'ANNÉE

Rien ne prédisposait Alain Chartier à devenir ce qu'il est ! Sauf lire à 16 ans un article de Télé-Poche qui mettait le métier de pâtissier à l'honneur ! Apprenti en 1986, Alain Chartier gravit tous les échelons vers l'excellence. Sa passion, son exigence et sa créativité ont fait de lui : un des Meilleurs ouvriers de France et champion du monde des desserts glacés. Il livre quelques-uns de ses secrets professionnels dans ce livre de 384 pages entièrement illustré de créations originales, présentant des recettes, mais également tous les aspects historiques, réglementaires, économiques, techniques, nutritionnels de la glacerie. Dans ce bel ouvrage, retrouvez chaque mois des recettes par thème, saison et familles de produits. Au milieu de l'année, découvrez les sorbets et glaces avec leurs allergènes et leurs valeurs nutritionnelles, calculées en fonction d'ingrédients précis utilisés. Ces valeurs peuvent donc varier chez vous…

ÉDITIONS CALMANN-LÉVY
LE PAIN DE PAILLE

Le roman d'Antonin Malroux propose un voyage (304 pages) dans le Cantal en juin 1918. Depuis le décès tragique de son père durant la guerre, Valentine Troussal s'active avec sa mère et sa grand-mère auprès de son frère pour faire vivre la petite exploitation familiale. La ferme suffit à peine à les nourrir tous. Mais, le châtelain propose à Valentine de venir travailler comme aide-cuisinière au château. Quand le jeune héritier de la noble lignée, qui s'est pris de passion pour le monde rural et la vie paysanne, lui demande de l'accompagner dans ses promenades, elle s'interroge sur ses intentions. Au cours de ses balades, elle ne cesse d'évoquer le mystérieux pain de paille…

GERESO ÉDITION
LES ACCIDENTS DU TRAVAIL

Spécialiste en droit social, Sandrine Ferrand vous propose un ouvrage complet sur les accidents du travail : comment les gérer ? assurer le suivi d'un accident, comprendre votre tarification, contester un accident du travail, etc. En 2018, gérer un accident du travail demande des connaissances spécifiques en droit du travail et droit de la Sécurité sociale, de solides compétences administratives et la prise en compte des dernières actualités comme la loi Travail et les ordonnances Macron. Les enjeux peuvent être importants ! Des conséquences financières souvent lourdes en cas de majoration du taux AT, et des risques de contentieux avec la Sécurité sociale. Comment s'effectue la gestion des arrêts de travail ? De quelle façon maîtriser les possibilités de recours en cas de désaccord avec les décisions de la Sécurité sociale ? Autant de réponses à ces questions dans ce livre de 177 pages !

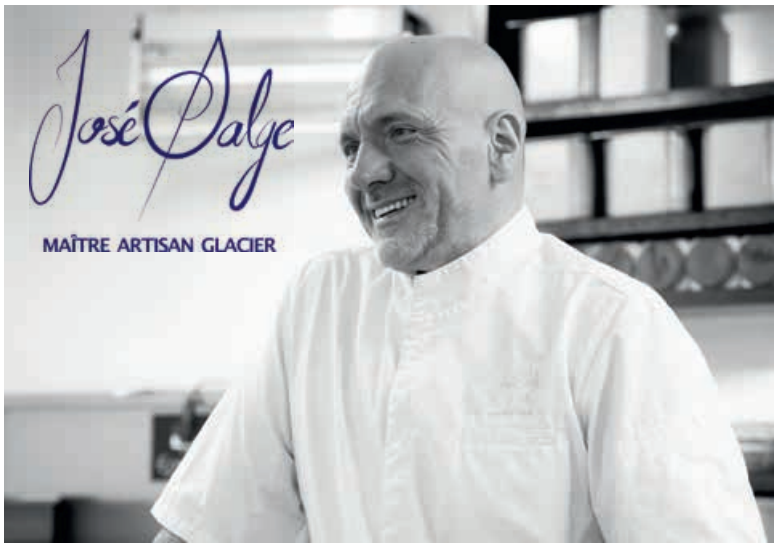
ÉDITIONS SUD-OUEST
LA CUISINE DES BOCAUX

35 recettes 100 % sud-ouest, c'est ce que vous propose ce livre simple et pratique (80 pages). Marie-France Chauvirey refait vivre le savoir-faire de sa grand-mère et cet ouvrage dévoile les gestes et astuces d'antan. Comme le veut l'adage, provisions ne ruinent pas maison, bien au contraire ! Grâce à cet ouvrage, conservez les richesses de la nature dans les placards et autres celliers. Fabriquez pots de moutarde à l'ancienne, figues au sirop, citrons confits ou encore des terrines de campagne et autres rillettes rustiques. En introduction, l'auteur donne des explications claires pour réussir vos conserves et vous accompagne tout au long des différentes étapes de chaque recette.

JOSÉ SALGE, ARTISAN GLACIER

« Fabriquer, c'est faire partie d'une grande chaîne »

DEPUIS 1962, LA MAISON SALGE SE DIFFÉRENCIE À TRAVERS LA QUALITÉ DE SES CRÈMES GLACÉES, SORBETS ET GLACES. LA PHILOSOPHIE DE JOSÉ SALGE REPOSE SUR L'UTILISATION DES MATIÈRES PREMIÈRES ISSUES DU TRAVAIL DE PRODUCTEURS LOCAUX INSULAIRES DANS SES RECETTES.



« *Ce qui importe ce sont les produits corses ! En créant des desserts à partir de noisettes de Cervione, de farine de châtaigne de Castagniccia, de cédrat du Nebbio, de clémentines d'Alistro, ces desserts sont des produits à forte valeur ajoutée, appréciés et reconnus par nos clients, un supplément de reconnaissance… »*, explique le glacier qui ajoute : *« Utiliser des matières premières locales, miel de Corse AOP, farine de châtaigne, arbouses, agrumes, brocciu AOP, myrte, est une mission très valorisante. »* Pour ce maître artisan cela, ne va pas forcément de soi, ni ne s'improvise. Il faut du temps, de l'amour pour utiliser et valoriser ces matières premières. *« Il en va de même pour la relation avec ceux qui les cultivent. C'est du même ressort, la passion de leur naturalité, originalité et typicité. »* José Salge considère que fabriquer dans son entreprise, c'est faire partie d'une grande chaîne, un maillon faisant le lien entre la production locale et le consommateur final. Pâtissier de formation, José Salge travaille avec ses enfants Simon et Saveria. Acteur économique majeur de la région du Nebbiu, la Maison Salge perpétue son histoire familiale et emploie 17 emplois à l'année.

GLACES ARTISANALES DE FRANCE

L'artisan glacier a obtenu le label « Glaces Artisanales de France ». C'est le premier glacier corse à pouvoir arborer ce macaron, symbole d'un savoir-faire incomparable au service de produits de qualité. Cette charte consacre les artisans glaciers qui fabriquent leurs produits glacés dans les règles du métier. José Salge est reconnu pour sa propension à mettre en exergue aux travers de ses créations glacées le terroir corse. Cette charte valide son choix de travailler les produits locaux de qualité en privilégiant les circuits courts.

CRITÈRES D'OBTENTION

Cette charte Qualité est le reflet de l'engagement de José Salge, maître artisan glacier, à offrir à ses clients le meilleur de la glace artisanale, fabriquée dans les règles de l'art. L'obtention du label est le résultat d'un audit rigoureux réalisé par la confédération Nationale des glaciers de France. Au programme: vérifier ses compétences, son savoir-faire et son esprit d'innovation. Les méthodes de travail et les process de fabrication répondent à des critères de qualité: respect du temps de maturation de minimum 6 heures, enregistrement des températures de cuissons, surgélation rapide du produit, traçabilité des matières premières, etc. 100 % des glaces, crèmes glacées, sorbets vendus sont fabriqués par l'artisan avec la création régulière de nouvelles recettes glacées comme cette année Cap-quina une glace aux parfums du cap Corse. Fabrication exclusive de sorbets pleins fruits (650 g/litre de glace et au minimum 45 % de fruits et 20 % pour les fruits acides).

QUALITÉ DES INGRÉDIENTS

Utiliser des matières premières nobles (crème, œuf, beurre) majoritairement d'origine française et locale, privilégiant les Appellations d'origine protégées, (AOP) et Indications d'origine Protégées (IGP). Garanties sans colorant, ni conservateur. Qualité hygiénique certifiée. Conformité des produits via des analyses bactériologiques (minimum 4 produits par an). Respect et mise en place de process de nettoyage des locaux et du matériel.

LA ROUSQUILLE

Une **spécialité catalane**

DANS LE PETIT VILLAGE RURAL DE BAGES, ANDRÉ SUNYER ARTISAN BOULANGER-PÂTISSIER A OBTENU LE LABEL SUD DE FRANCE, UNE RÉCOMPENSE RÉGIONALE POUR SA SPÉCIALITÉ ARTISANALE : LA ROUSQUILLE. EXPLICATIONS.

Chez Monique et André, cela sent bon le pain à l'ancienne et les croissants au beurre avec de la farine sur le marbre de l'étagère et un comptoir d'autrefois ! Installé depuis 1999, 61 avenue Jean-Jaurès à Bages, ce couple a mis plusieurs années pour créer la Rousquille. *« On dégustait le produit chaque semaine entre amis puis on a trouvé finalement la recette qui se rapprochait le plus de la perfection. Il faut du bon beurre, du miel de Céret, du sucre semoule, des huiles essentielles de citron et un peu de farine de tradition. Ensuite, tout est une question de cuisson (environ 17 minutes) et de procédé d'incorporation. »* Au final, 60 g de bonheur léger, aérien et sucré sans excès. L'harmonie entre le mœlleux d'un biscuit et le croquant du glaçage. Chaque semaine, le boulanger fabrique plus de 250 Rousquilles.

UNE RECETTE CATALANE

André Sunyer a mis au point la recette de la Rousquille à partir d'une recette ancienne trouvée dans un placard ! *« Le glaçage du biscuit est très important. Il ne doit être ni trop épais, ni trop liquide au risque de l'emporter sur le biscuit. Sinon cela ne tient pas. Il faut ensuite tremper le biscuit dans la préparation sucrée avant de le déposer sur une grille pour laisser s'évacuer le surplus. »* La fabrication des Rousquilles demande du temps car tout se fait manuellement. Cette reconnaissance pour son savoir-faire artisanal ne s'arrête pas là ! Le boulanger catalan a obtenu également le titre de maître artisan décerné par la chambre régionale des métiers. Sa renommée a dépassé les frontières du petit village de Bages dans le département des Pyrénées-Orientales en région Occitanie.

La Rousquille traditionnelle avec un trou au milieu et fabriquée par André est originaire d'Arles-sur-Tech, petit village de montagne. Au XVIIIe siècle, des vendeurs ambulants traversaient la frontière espagnole avec des gâteaux enfilés sur un bâton et ils les vendaient dans les foires et marchés de la vallée du tech. Un des marchands donna la recette à un artisan boulanger-pâtissier où André fit tout son apprentissage. En 1999, André installé à Bages a retrouvé en rangeant une armoire la recette de la Rousquille qui a pris le nom commercial de la « Rousquille d'André ». Aujourd'hui, cette pâtisserie est vendue directement dans toute la France et le monde entier.

DEBAG

GLOBAL BAKING TECHNOLOGY

Fabricant de fours de boulangerie depuis plus de 100 ans

Beaucoup savent cuire, mais DEBAG va bien plus loin !

Techniques de fours et de boulangerie : *fours de magasin, fours à étages, fours à chariot, fours combinés*

Techniques frigorifiques et de fermentation

SAV assuré par le fabricant

24h/24h • 7j/7

Technique « made in Germany »

ADF ASCOBLOC · DEBAG · FRANCE

ASCOBLOC - DEBAG France SAS
13 rue de Champagne • 57070 METZ
Tél. : 00 33 (0)3 87 37 50 35 • Fax. : 00 33 (0)3 87 37 50 45
Email. : contact@ascobloc-debag.fr • www.adf-metz.fr

LE MONDE DES Boulangers ET DES Pâtissiers

EN LIGNE, POUR VOUS !

www.lemondedesboulangers.fr
Toute l'actualité de votre univers professionnel !

Site Internet, newsletter, application mobile*...
3 façons d'accéder à toute l'information de votre secteur !

LE MONDE DES boulangers

* Sur I Phone ou Android

@BoulangPat
Suivez-nous !

Opération Menus "Artisan"*

Collectionnez nos box déjeuner... Succès assuré !

Box n°1

DISPONIBLE DÈS JUIN

Les Incontournables revisités

10 recettes originales - 250 sachets déjeuner
1 chevalet & 18 stickers - 1 affiche & 1 vitrophanie

Box n°2

DISPONIBLE DÈS SEPTEMBRE

Les Escapades hivernales

*Offre limitée et sous conditions d'achat - Crédits photos : CSM France / Studio Pygmalion / Istock - Visuels non contractuels - RCS Strasbourg B568 503 959 - Création www.2a3.com

Renseignez-vous dès maintenant auprès de votre commercial CSM ou au 0 800 616 816 Service & appel gratuits

CSM Bakery Solutions — *connecting the world of baking®*

www.csmbakerysolutions.com

Une Épiphanie réussie avec **les Fèves Colas de Clamecy**

L'ÉPIPHANIE EST UNE DES FÊTES PRÉFÉRÉES DES FRANÇAIS. POUR QU'ELLE SOIT RÉUSSIE, LA FÈVE DOIT ÊTRE AUSSI BELLE QUE LA GALETTE DORÉE. C'EST L'IMAGE DU PROFESSIONNEL QUI RESTERA EN MÉMOIRE CHEZ VOS CLIENTS ! RAISON DE PLUS POUR FAIRE LE BON CHOIX… DE FÈVES.

On sait de quoi on parle à la faïencerie d'art et créations Colas de Clamecy ! Cette entreprise familiale est spécialisée dans la fabrication artisanale de fèves depuis plusieurs générations. En France, l'Épiphanie représente de plus en plus un des moments de partage en famille, entre amis ou collègues. De plus, la fève est plus que jamais un objet de collection et de communication.

DE PÈRE EN FILS

Fondée en 1937 par Roger Colas, l'entreprise située en plein cœur de la Bourgogne est reconnue comme le premier fabricant français de fèves artisanales. Dans les années 80, son fils Jean-François relance les fèves en céramique (face aux fèves en plastique) dans les galettes des rois. Il développe également le concept des collections de fèves. Depuis, avec la même passion du métier, trois générations d'artisans ont pris le relais. Roger, Jean-François et maintenant Alexandre Colas. Avec sa sœur, Élodie, il poursuit l'aventure familiale. *« Nous perpétuons la tradition mais dans l'ère du XXIe siècle en y apportant ce qu'il faut d'innovation et en développant nos moyens de communication (réseaux sociaux, site, etc.) »*, explique Élodie.

UNE AVENTURE FAMILIALE

Pour fabriquer de belles fèves, il faut du temps et l'on prépare les collec-

tions un an à l'avance à Clamecy. Des esquisses à la réalisation du moule, des gestes de la main à la magie du pinceau en passant par les étapes de cuisson. Au final, la qualité est reine. Cette exigence a fait de « Fèves Colas Clamecy », la référence. Parmi leurs clients figurent des Meilleurs ouvriers de France, des compagnons du devoir, des artisans boulangers-pâtissiers en France et à l'étranger, des chefs étoilés, des entreprises du luxe et des grands groupes internationaux. Dans l'émission *« Les carnets de Julie »* du 6 janvier 2018, Thierry Marx disait : *« Je les connais depuis longtemps… c'est la référence des fèves de qualité »*. Récompensée de nombreuses fois dans des Salons professionnels, l'entreprise française a eu un article dans le New York Times !

400 000 FÈVES/AN

Après plusieurs heures de séchage, les fèves crues sont démoulées, puis passées au crible des experts qui en corrigeront manuellement les petites imperfections. Pas moins de 400 000 fèves sortent des ateliers tous les ans. Elles sont ensuite envoyées bien au chaud, à 1 000 degrés pour un premier passage au four. Il faut compter 36 heures pour un cycle de cuisson (qui comprend des phases de montée et de descente en température très longues pour éviter les chocs thermiques). Étape suivante : la décoration. Si certaines créations haut de gamme sont toujours peintes à la main, avec des techniques empruntées au travail du porcelainier, la collection du jour est décorée à la feuille, un principe de décalcomanie fabriquée par sérigraphie. Découvrez la nouveauté 2018 pour l'Épiphanie 2019 : la collection innovante « marque verre » Sugar skull.

i **Plus d'informations sur le site Internet www.fevescolas-clamecy.fr | Article réalisé en collaboration avec *Le Monde des Artisans***

FRAÎCHEUR

L'été sera **fruité et glacé…**

EN ÉTÉ, FRAISES ET FRAMBOISES OFFRENT DE LA COULEUR POUR ÉGAYER VOS GLACES, TARTES ET AUTRES ENTREMETS. VOICI QUELQUES IDÉES DES MEILLEURS PÂTISSIERS DE FRANCE. C'EST GOURMAND, CROQUANT ET 100 % FRUITÉ !

Café Pouchkine

Avec les beaux jours de l'été, le Café Pouchkine lance de nouvelles pâtisseries dans ses boutiques ! Parmi elles, la « tarte soleil » emblématique de la Maison Pouchkine, qui se décline en différents parfums selon les saisons ! Cette nouvelle version acidulée repose sur un Streusel coco et renferme un cœur de framboise sous un crémeux coco. En corolle, de belles framboises fraîches apportent une jolie touche colorée. À découvrir également le dessert fruité « Vesna ». Posé sur un sablé, il renferme un biscuit mœlleux et une bavaroise pamplemousse, surmonté de fraises fraîches et pamplemousse confit.

Nicolas Bernardé

Pour la saison estivale, Nicolas Bernardé MOF pâtissier (La Garenne-Colombes) a imaginé 3 nouveaux cakes glacés. Villa Madagascar (dacquoise chocolat, crème glacée chocolat grand cru de Madagascar, crème glacée vanille des îles, cœur coulant caramel. Villa Solenzara (dacquoise aux amandes, chocolat blanc croustillant à la pistache sicilienne, sorbet abricot, nougat glacé au miel de châtaignier). Villa Miami (sorbet framboise, crème glacée au fromage blanc et citron vert). La gourmandise d'un gâteau alliée à la fraîcheur d'une glace…

Nicolas Haelewyn

Chef pâtissier de la maison Karamel, rue Saint-Dominique à Paris, Nicolas Haelewyn revisite le palmier avec une touche de caramel en plus… Baptisé Karamel palmier, il est doré et croustillant. Réalisé à partir d'une pâte feuilletée inversée dont les deux derniers tours sont donnés avec du sucre et une pointe de cassonade, il est plié de façon traditionnelle avant d'être cuit en trois temps afin de garantir une caramélisation unique…

Maison Sève

À Lyon, la Maison Sève propose des pâtisseries estivales avec des notes fraîches et fruitées. Le « Panama » est un dessert composé d'une pâte sucrée surmontée d'une pâte d'amande mœlleuse, compotée de fruits, suprêmes d'oranges et framboises fraîches. Le « Pulli d'été » est un flan parisien à la gousse de vanille de Madagascar et une compotée mangue/passion, ganache montée à la fraise et quenelles de compotée fraise/rhubarbe.

© DELPHINE MICHALAK

Christophe Michalak

Cet été, le pâtissier Christophe Michalak (4 boutiques à Paris) propose des créations givrées ! Sorbets, vacherins, glaces et macarons givrés (parfums fraise, noix de coco et mangue).

Angelina

Cet été, le salon de thé parisien Angelina propose Mademoiselle, une coupe glacée aux notes fraîches de framboise et de vanille. Le blanc de la meringue, de la crème fouettée et de la glace vanille se marie parfaitement avec le rose des framboises et celui du sorbet framboise.

Cyril Lignac

Cyril Lignac (5 boutiques à Paris) mise sur la légèreté des fruits rouges ! Sa charlotte aux fraises se compose de biscuits à la cuillère et renferme une bavaroise à la vanille, une compotée de fraises et une feuillantine craquante. Au-dessus, une corolle de fraises fraîches et quelques éclats de Streusel amandes. Sa tarte framboise, pâtisserie signature est de retour ! Sa pâte sucrée craquante est agrémentée d'une crème d'amande et recouverte d'une crème légère au lait d'amande. Une rondeur contrastée par l'acidité et la finesse des framboises fraîches garnies d'une compotée de framboises.

© PHOTOS CHARLOTTELINDET

Smoothies Andros

Andros Restauration propose de nouveaux smoothies (framboise-litchi et mangue-fruit de la passion). Conditionnées en cup de 22 cl, ces boissons 100 % fruitées et sans sucres ajoutés offrent le plein d'énergie et de vitalité. Ces recettes naturelles au goût intense de fruits mixés et à la texture onctueuse peuvent être consommées par vos clients toute la journée à l'instar d'un smoothie « fait maison ».

Machine à glace italienne 100 % made in France

Cette machine à glace italienne est fabriquée près de Brioude en Auvergne. Fondée par Fabien Gris, cette société mise sur la fabrication artisanale made in France. Les machines sont équipées de compresseurs et moteurs français. Afin de respecter l'environnement, un nouveau fluide réfrigérant non polluant est utilisé.

Confiserie fruitée

Trad'Inov lance les rouleaux de Phébée, un produit breveté qui répond aux consommateurs soucieux d'avoir une alimentation équilibrée.

100 % de fruit (22 kcal pour une portion de 8 g, sans colorant, ni arôme, riche en fibre, 3 % de sucre, extrait de fruits ajouté pour les fruits acidulés). 8 parfums. Ce produit se prête facilement au snacking ou pour accompagner une boisson chaude. Votre client peut le croquer en entier ou le dérouler pour le déguster en plusieurs fois…

Bonbons fraîcheur Hollywood

Hollywood (marque de Mondelèz International) révolutionne son offre confiserie avec la gamme mini Mints ! Vendus dans un écrin pratique et refermable, ces petits bonbons sont frais et fraîchement bons. 4 saveurs : menthe, fruits rouges, menthe forte et fruit d'été.

Chaussures antidérapantes

Fabriquée en France par Gaston Mille, la gamme Flowergrip est spécialement conçue pour les pros des métiers de bouche. Elle concilie confort, hygiène et sécurité. Légères (400 g en 38), ces chaussures répondent aux exigences des normes en vigueur (innocuité, solidité, anti-statisme, absorption d'énergie dans la zone du talon, semelle antiglisse sur sols humides ou gras). 4 modèles de la gamme (Althéa, Daphné, Gardénia et Mimosa) ont été étudiés pour le bien-être de vos pieds (tige en microfibres lavable, doublure Poromax® à séchage rapide). Antibactérienne et fongistatique, la doublure garantit une hygiène parfaite du pied en prévenant les odeurs et le développement de champignons.

Crisalid®

La signature
DE L'ENCAISSEMENT

Les logiciels qui vous donnent des ailes® !

www.crisalid.com

"Ce produit est conforme aux exigences de la marque NF Logiciel de Gestion d'Encaissement. Ce produit est certifié par:
AFNOR Certification 11 rue Francis de Pressensé 93571 SAINT DENIS LA PLAINE CEDEX. Le référentiel de certification peut être obtenu auprès d'INFOCERT"

Faire revivre les centres-villes **face aux zones commerciales**

L'OPPOSITION DES ZONES COMMERCIALES SITUÉES EN PÉRIPHÉRIE DES GRANDES VILLES ET DES COMMERCES DE PROXIMITÉ NE SEMBLE PLUS SI FORTE SELON HERVÉ COMOT, DIRECTEUR B TO B CHEZ VERYWEAR GROUPE. EXPLICATIONS.

Le retail park (zone commerciale en périphérie d'une ville) est le modèle commercial le plus plébiscité actuellement en France ! Plusieurs raisons : des superficies assez grandes (difficiles à trouver en centre-ville) pourvues de zones de stationnement gratuites ainsi qu'une offre de services, de restauration et de divertissement condensée. En 2018, l'hexagone possède le plus haut ratio de centres commerciaux par km^2 en Europe. Ce fort développement a eu un impact non négligeable sur les centres des petites et moyennes villes.

COHABITATION ZONE COMMERCIALE ET CENTRE-VILLE

L'apparition d'une force commerciale excentrée ne justifie pas la désertification des centres-villes. D'autres critères, comme le tourisme ou le dynamisme de la commune, sont des facteurs déterminants dans l'animation d'un centre-ville. Le marché est un de ces éléments clés. Les villes qui n'ont pas conservé ces animations ou qui n'ont pas investi dans le centre-ville ont perdu de leur attractivité et de leur vitalité et tendent parfois à se transformer en villes-dortoirs. En revanche, les centres-villes en périphérie de métropoles réussissent à conserver, pour la plupart, des centres dynamiques : marchés,

Hervé Comot, directeur B to B chez Verywear groupe.

services et commerces de proximités, généralement combinés à plus de stationnement.

NO PARKING, NO BUSINESS

Si les rues piétonnes sont agréables, le stationnement des véhicules reste un fort accélérateur de commerce et son absence a un impact sur les centres-villes. L'urbanisme a donc un rôle important à jouer dans le réinvestissement des centres-villes. Pour les redynamiser, une véritable stratégie est nécessaire : reconstruire la proximité au cœur des villes, investir dans des commerces à taille humaine avec un fort relationnel, afin d'aider les petits commerçants à s'installer et à se positionner face à l'offre moins personnalisée des retail parks. Les élus locaux doivent mettre retail park et centres-villes dans une perspective de complémentarité. Comme le concept de l'association « Ma boutique à l'essai », qui entend lutter contre les « dents creuses » (désertification des centres-villes qui voient leurs commerces de proximité fermer un à un). Comment ? En révisant le droit au bail avec des loyers plus modérés et en permettant à la commune d'être un acteur de l'organisation commerciale de la ville. Cette dernière se porte caution auprès d'un commerçant avec un bail à l'essai, qui l'affranchit d'un droit au bail exorbitant lors de son ouverture et d'une indemnité de rupture de contrat.

STRATÉGIE URBAINE GLOBALE

Il faut réfléchir à une stratégie urbaine globale : les ZAC, les galeries marchandes et les centres-villes, 3 modèles qui répondent à des besoins différents. Les opposer n'a pas de sens ! Il faut miser sur leur complémentarité pour réenchanter les centres-villes et satisfaire les désirs des habitants, entre terrasses calmes et stationnements pratiques. Les commerçants doivent prendre cette cartographie en compte dans leur stratégie commerciale. Un constat d'autant plus vrai qu'une importante tendance s'amorce : la segmentation de la population selon leurs pratiques de consommation !

Choisir des produits locaux et proposer des spécialités locales.
JE PRÉFÈRE
je préfère
Vous avez bien raison de préférer l'Artisanat
Première entreprise de France

Comment assurer l'avenir du pain **dans l'artisanat ?**

SERGE REYNARD PROPOSE UNE ÉTUDE SUR LA SITUATION ACTUELLE DE LA BOULANGERIE ARTISANALE ET SON DEVENIR DANS LES PROCHAINES ANNÉES. LES POINTS FORTS ET FAIBLES DE LA CONCURRENCE AINSI QUE LES AXES DE DÉVELOPPEMENT SONT ANALYSÉS PAR CET EXPERT DE LA MEUNERIE.

Aujourd'hui, la boulangerie artisanale, comme dans d'autres domaines, n'échappe pas à la segmentation des marchés dont la tendance est d'un côté le low cost et de l'autre le haut de gamme. Les artisans boulangers sont chaque jour un peu plus mis à mal par une concurrence sauvage qui se met en place (chaînes de boulangeries, franchises, réseau d'indépendants). De plus, les médias grand public traitent ce sujet souvent avec des raccourcis, pas toujours en faveur de la filière blé-farine-pain… Du fait de cette concurrence, les artisans perdent de la fréquentation, ce qui a pour conséquence naturelle une moindre rotation des produits. D'où une tentation de faire appel aux produits surgelés afin de produire uniquement à la demande pour éviter les invendus. Autre conséquence des vitrines moins garnies et donc moins attrayantes ! Ultime résultante, le chiffre d'affaires est en chute libre et parfois, impossible de continuer l'exploitation de la boulangerie familiale.

ATOUTS DES ARTISANS BOULANGERS

Ils bénéficient d'un capital sympathie important auprès du grand public, surtout s'ils affirment leurs choix volontaires de privilégier le commerce local et des partenaires de taille humaine. Animateurs dans les villages et les quartiers en ville, ils peuvent facilement apporter la traçabilité de leurs matières premières, en sachant que le choix d'un Petit Moulin signifie déjà sans le dire qu'ils achètent de la farine pour fabriquer leur pain, contrairement à d'autres ! Avec le matériel moderne, dont dispose chaque boulanger actuellement, les artisans ont du temps pour personnaliser leurs produits. Et ne l'oublions pas, le temps est l'ennemi des industriels, car le temps pour eux c'est de l'argent ! Alors que pour l'artisan boulanger, c'est de la valeur ajoutée… En effet, une fermentation lente en chambre, c'est la garantie du goût !

Autres atouts : certains consommateurs n'hésitent pas à se déplacer pour trouver du bon pain. Pour ces personnes, le prix n'est pas un critère, s'ils trouvent la qualité, le goût, l'accueil, le service, etc. Il faut donc viser le haut de gamme qui, seul peut permettre de dégager de la marge sur des volumes plus modestes.

LES POINTS FORTS…

- des emplacements soigneusement sélectionnés (passage, stationnement, accessibilité, sortie de métro) ;
- des boutiques très étudiées avec un sens de circulation particulièrement adapté pour faire de la vente additionnelle, en créant des achats d'impulsion ;
- des magasins toujours bien garnis et achalandés ;
- du personnel formé à la vente ;
- des animations pratiquement quotidiennes.

Serge Reynard.

… ET POINTS FAIBLES DE LA CONCURRENCE

- standardisation des produits (fades, plats, sans personnalisation) ;
- incapables d'aller sur une fabrication de Tradition française :

❶ sans adjuvant dans la farine et au pétrin, le personnel n'est pas suffisamment qualifié pour travailler avec ces méthodes naturelles.

❷ pour fabriquer du pain de Tradition française il faut du temps et ils n'en disposent pas.

❸ faire du volume est pour eux une

nécessité impérieuse. Pâtisseries et viennoiseries sont fabriquées en usine. Contrairement aux artisans boulangers, ils n'affichent pas la provenance de leurs farines.

ATOUTS DES PETITS MOULINS DE FRANCE

En premier : le service ! Des produits non standardisés et différents d'un moulin à l'autre, ce qui permet à chaque artisan boulanger-pâtissier d'exprimer pleinement tous ses talents. Ensuite la proximité, c'est souvent le patron du moulin qui visite et livre lui-même ses boulangers. Puis le conseil et l'accompagnement des clients en boulangerie. Très souvent, les deux entreprises « Moulin et la Boulangerie » sont de tailles équivalentes et très souvent gérées en couple ». On parle donc d'égal à égal. Pour le suivi de nos produits et de nos fabrications, les moulins qui ont eu la sagesse de s'adosser à une structure telle que : Petits Moulins de France bénéficient de l'accompagnement d'un laboratoire externe et indépendant. En l'occurrence, le Lempa a été choisi pour sa proximité avec la boulangerie artisanale et son indépendance. De leur côté, les grosses structures disposent de leur propre laboratoire en interne. Peut-être un manque d'indépendance et de neutralité ?

Pour la reprise de nos entreprises, le nombre de jeunes au sein de Petits Moulins de France montre leur intérêt pour le métier. Des meunières chefs d'entreprise peuvent aussi être intéressées.

PMF PROPOSE DES SOLUTIONS

Forts de tous ces éléments, PMF se propose d'écouter les consommateurs et de leur offrir des produits et des services à la hauteur de leurs attentes, qu'ils ne trouvent pas ailleurs. Il est indispensable que notre filière se démarque. Pour faire revenir les consommateurs, il est urgent de créer l'événement mais également de se démarquer. En mettant en avant les savoir-faire de chaque artisan intervenant de la filière, en valorisant le « fait maison », par des emballages attrayants et des magasins attractifs, en réfléchissant à l'organisation du point de vente et en approfondissant l'accueil et le conseil aux clients… Sur tous ces points Petits Moulins de France a montré qu'il savait comment faire en mettant à votre disposition son catalogue. Ne manquez pas de vous en servir, c'est une chance supplémentaire dont vous disposez.

L'AVENIR SELON PETITS MOULINS DE FRANCE

Je vous propose de nous aventurer sur le terrain où la concurrence ne peut pas nous rejoindre. Il en va de notre avenir ! Et si nous parlions du Pain de Tradition française fabriqué en fermentation lente avec du goût. Pour cela, nous devons, nous, les meuniers Petits Moulins de France : commencer à donner l'exemple en apportant des garanties avec notre farine tracée par le Lempa. Pour nos clients artisans boulangers-pâtissiers : les inciter à utiliser différemment leurs matériels existants (pétrins, façonneuses, chambres de pousse…) afin de redonner du goût au Pain de Tradition française. Pour les aider à franchir le pas, je propose que nous mettions à leurs dispositions des livrets informatifs avec des suggestions de deux ou trois recettes de pain de Tradition française (fermentation lente de 12 heures) en collaboration avec Sylvain Herviaux MOF boulangerie. Nos clients seront heureux d'exposer fièrement leur différence. Imaginez la satisfaction d'un artisan d'afficher une belle communication Petits Moulins de France.

REVOIR LE PRINCIPE DES PAINS SPÉCIAUX

Revoir le principe des pains spéciaux devra s'accompagner d'une communication appuyée afin d'expliquer le pourquoi du comment. Au lieu de proposer chaque jour (ce qui est ingérable sans le recours aux mix) 3 ou 4 catégories de pains spéciaux, le boulanger pourrait très bien ne faire qu'un pain spécial par jour mais de sa propre composition avec sa farine de base « Tradition Française ». Je n'ai aucun doute sur le fait que les consommateurs soient particulièrement réceptifs si on leur explique que lundi, c'est pain au son, mardi, c'est pain aux raisins, etc.

Peut-on **ubériser une boulangerie-pâtisserie ?**

GUY PARMENTIER, MAÎTRE DE CONFÉRENCES EN SCIENCES DE GESTION À L'UNIVERSITÉ DE GRENOBLE ALPES, EXPLIQUE COMMENT ON PEUT TRANSFORMER UNE ACTIVITÉ CLASSIQUE COMME LA BOULANGERIE ARTISANALE ET L'ADOSSER À UNE PLATE-FORME MULTIFACE.

La majorité des acteurs de la nouvelle économie (BlaBlaCar, Airbnb, Uber) doivent leur réussite à une plate-forme numérique qui met en relation des groupes d'utilisateurs complémentaires qui s'apportent mutuellement de la valeur. Aujourd'hui, cette mise en place d'un modèle d'affaires multiface serait possible également pour les entreprises avec une activité classique comme la boulangerie-pâtisserie.

ÉTUDE DE CAS

Prenons l'exemple d'une boulangerie ou d'un réseau de plusieurs magasins. On pourrait commencer par développer une plate-forme Internet autour de ses activités traditionnelles pour informer les clients des nouveautés et des promotions, et leur permettre de commander et réserver des produits en ligne. Avec une telle plate-forme, la boulangerie peut très rapidement tester de nouvelles offres et explorer les besoins latents de ses clients. Les informations clients lui permettent de trouver des pistes pour reformuler sa proposition de valeur. Est-ce vraiment utile d'ouvrir tôt le matin alors que le pic de clientèle est entre midi et 14 heures ? L'après-midi, faut-il mieux ouvrir plus tard et se concentrer sur le métier de la

APRÈS AIRBNB, LA BOULANGERIE…

Derrière Airbnb, se cache une plate-forme multiface, un dispositif technologique qui facilite la mise en relation de plusieurs groupes de consommateurs ou utilisateurs interdépendants (les faces) et dont la présence et les activités s'apportent mutuellement de la valeur. Les modèles d'affaires qui s'appuient sur ces plates-formes s'appellent des modèles d'affaires multiface car ils définissent des transactions de valeurs entre les faces. Le problème est de définir quels types de valeurs pour chaque face et quels types de facturation. La question est de savoir comment atteindre le seuil à partir duquel le service deviendra intéressant pour tous les groupes d'utilisateurs, enclenchant ainsi ce qu'on appelle des effets de réseaux positifs et des rendements croissants d'adoption.

boulangerie et abandonner la pâtisserie coûteuse en main-d'œuvre ? Du coup, la pâtisserie pourrait être externalisée aux traiteurs et restaurateurs qui trouveraient dans la boulangerie un nouveau canal pour écouler leurs produits ou surplus de production.

MISE EN RELATION

La plate-forme deviendrait une plate-forme de mise en relation entre les clients de la boulangerie et des prestataires externes, en livraison directe ou dans le réseau de magasins. On crée alors une face supplémentaire. Et pourquoi ne pas aller plus loin en permettant à des particuliers, passionnés de pâtisserie, de partager leurs créations ? On créerait ainsi une autre face pour enrichir l'offre. La mise en place d'une telle activité n'est évidemment pas sans problème, il faudrait assurer la sécurité sanitaire, vérifier la qualité des productions, et s'assurer de la bonne livraison.

LA QUESTION DU PRIX

Dans une telle situation, le prix des produits de boulangerie serait fixé par le boulanger et les autres produits par les prestataires avec un pourcentage reversé à la plate-forme. Toutefois, la plate-forme permet de jouer facilement sur les prix. Par exemple, le pain pourrait être plus ou moins cher en fonction des heures de la journée. Ou encore, on peut imaginer d'y associer des partenaires à vocation sociale et qu'en cas de ventes pour une association, le chiffre d'affaires lui soit directement attribué. L'enjeu est de comprendre quelle est la valeur produite par chaque face et quelle est la propension à payer.

NOUVELLE STRATÉGIE GÉNÉRIQUE

En commençant à numériser ses activités, en reformulant sa proposition de valeur, en ouvrant son modèle d'affaires, en mettant en relation ses clients actuels et potentiels en groupes complémentaires en termes de valeur et en fixant des prix adaptés à l'apport en valeur et à la propension à payer de ses clients, une entreprise avec une activité classique peut tout à fait ubériser son activité. La concurrence ne se fait plus seulement sur les coûts et la différentiation mais aussi sur la capacité à connecter et à se placer au centre d'un réseau de clients et de partenaires.

Petits Moulins de France

Petits Moulins de France met le pain de tradition française à l'honneur !

Petits Moulins de France, groupement de meuniers à taille humaine, vous propose de prendre part à la démarche qualité

MA BAGUETTE de TRADITION FRANÇAISE

« Ma baguette de tradition française » est une démarche d'excellence qui correspond à une tendance de consommation et à une réelle attente des clients.

Petits Moulins de France met à disposition des boulangeries artisanales une farine de qualité, contrôlée par LEMPA et fabriquée à partir de blés 100% français.

Un kit d'animation est disponible pour votre boulangerie !
Plus d'informations :
contact@petitsmoulinsdefrance.fr

Retrouvez petits moulins de France sur :
www.petitsmoulinsdefrance.fr

/petitsmoulinsdefrance

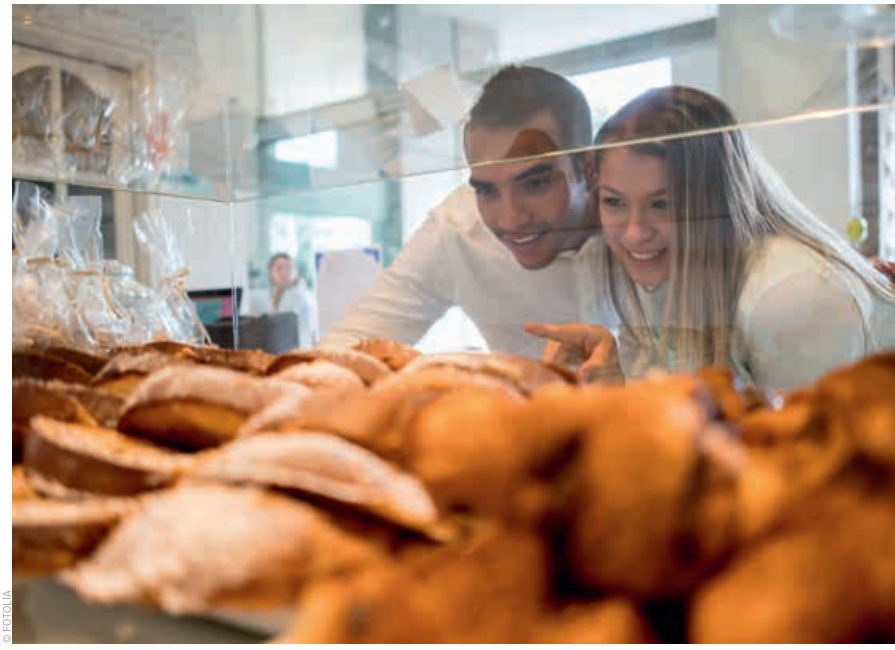
Regardez notre film :
L'esprit Petits Moulins de France

BAISSE DE FRÉQUENTATION

Résignation ou action ?

J'AI MOINS DE MONDE DANS MON MAGASIN… LA FAUTE À MADAME LA PLUIE ? A SÉNIOR MÉTÉO ? OU AU « FATALITAS » DE CHÉRI BIBI ?

L'érosion ou la stagnation du passage dans notre magasin peut être le simple oubli de fondamentaux, par lassitude ou simplement par habitude. A-t-on déjà vu un client venir plusieurs fois dans la journée ? Non, car un client qui pousse la porte de notre magasin vient à nous avec une idée précise en tête : acheter.


© FOTOLIA

Le matin : à l'ouverture de notre boutique, notre client attend évidemment de découvrir une offre viennoiserie et panification pour accompagner l'ami Ricoré, mais pas seulement. Il peut aussi chercher une offre grignotage « équilibrée ». Ainsi il compense, dans la matinée, le temps gagné sur son petit-déjeuner. Il peut préférer partager ce temps avec des collègues autour de la machine à café ou seul devant son écran. Il peut aussi vouloir anticiper sur la très courte fenêtre de tir qui lui est offerte le midi pour déjeuner. Son objectif est alors d'éviter de perdre un temps précieux dans une file d'attente. Ainsi, mettre en place une offre snacking, dès l'ouverture de son magasin, est cohérent. Vous noterez que de plus en plus de clients espèrent une proposition de boissons chaudes dans une formule, ou non, petit-déjeuner.

Le midi : à l'approche de l'heure du déjeuner, c'est assurément notre offre restauration nomade qui doit être mise en avant : sandwichs, soupes, tartes, plats du jour (un poisson, une viande), salades… Une remarque cependant, avons-nous réfléchi au côté pratique de nos produits ? Notre objectif est bien de donner envie à notre client de revenir. Va-t-il savourer nos produits en marchant ? Assis à son bureau ou sur un banc ? Dans la voiture ? Dans ces différents usages, par exemple, notre sandwich « enturbanné » dans du cellophane devient un chemin de croix pour le consommateur.

En début d'après-midi : une fois les vitrines nettoyées, nous pourrons mettre en avant l'offre « tea time », « pause gourmande ». Nous ajouterons, à notre offre boisson, les douceurs sucrées de la pâtisserie. Pensons également aux amis de Ronald, la génération sundae, avec des cookies, muffins, ou snacks pâtissiers saveur Oréo, M&M'S…

Le soir : en fin de journée, notre client souhaitera évidemment trouver une baguette fraîchement cuite. Mais, une offre restauration nomade trouvera son public car il n'y a pas que Picard dans la vie !

En conclusion, faisons nôtre cette règle des 4B de la grande distribution :

Le Bon produit,
Au Bon prix,
Au Bon endroit,
Au BON MOMENT.

Le cacao de plus en plus équitable

JEAN-PIERRE DELORON

LE CHOCOLAT NE SE MANGE PAS. ON LE REGARDE, ON LE CROQUE AVANT DE LE DÉGUSTER! MAIS DERRIÈRE CET ENGOUEMENT CROISSANT POUR CET « OR NOIR », SE CACHE UNE FORTE CONCENTRATION DE LA FABRICATION MONDIALE.

En un siècle, le chocolat est devenu un produit de consommation courante décliné sous des formes très variées et dont la consommation mondiale progresse chaque année. Aujourd'hui, cinq grands industriels détiennent 50 % du marché du chocolat mondial. En France par exemple, les principaux transformateurs de fèves détiennent 81 % du marché, Barry-Callebaut en tête avec presque 24 % (Source Xerfi). Mais depuis les années 2000, face aux campagnes de sensibilisation sur les conditions de vie des planteurs, certains industriels ont initié des partenariats avec des ONG et des organismes de certification durable (UTZ, Rainforest Alliance) qui axent leurs programmes sur le respect de l'environnement. En face de ces industriels, plus de 5 millions de petits producteurs cultivent eux-mêmes leur cacao. Certains ont choisi de s'engager dans des démarches de commerce équitable, issues de mouvements axés sur l'amélioration des conditions de vie des producteurs comme les labels Fairtrade, Max Havelaar, Ecocert, WFTO, Biopartenaire et

Syndicat du Chocolat

Chiffres clés 2017
des industries de la chocolaterie

LE MARCHÉ DU CHOCOLAT EN FRANCE EN 2017

Le marché du chocolat représente 378 850 tonnes en France en 2017. Il est resté stable entre 2016 et 2017 (-0,8 % en volume). Les ventes sont marquées par deux temps forts : Noël et Pâques, qui représentent 12,4 % des ventes annuelles (respectivement 8,5 % et 3,9 %[2]).

PRODUITS COMMERCIALISÉS EN FRANCE [1]

2017 **378 850 tonnes**

2016 381 900 tonnes

CHIFFRE D'AFFAIRES TOTAL (tous circuits)
3 280 millions d'euros en 2017

IMPLANTATION DU SECTEUR EN FRANCE

120 entreprises dont **90 %** de PME

Plus de 100 sites de production

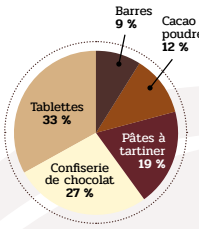
30 000 emplois directs dont **15 850** en production

Des entreprises présentes sur l'ensemble du territoire

(1) Total des ventes France des entreprises du secteur = Fabrications – exportations + importations validées au 30/09 de chaque année.
Source : Syndicat du chocolat d'après enquête auprès des adhérents et non adhérents
(2) Panel NIELSEN

LES CATÉGORIES DE PRODUITS [1] (en volume)

TOTAL VENTES FRANCE DES ENTREPRISES DU SYNDICAT EN 2017 (en % par rapport au total de 378 850 tonnes)

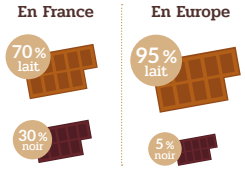


(1) Total des ventes France des entreprises du secteur = Fabrications – exportations + importations (d'après enquête auprès des adhérents et non adhérents)

Près de 70% de chocolat sont vendus en grandes surfaces, les 30% restant sont commercialisés par d'autres circuits ; détaillants, stations-services, kiosques, boulangeries, etc.

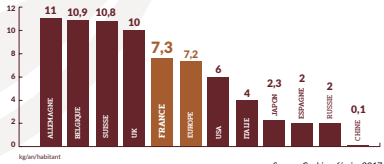
CONSOMMATION EN FRANCE ET DANS L'UNION EUROPÉENNE

La consommation moyenne en France s'élève à **7,3 kg par an par habitant**. Les Français se distinguent par une propension à consommer plus de chocolat noir que le reste de l'Europe : plus de 30 % de la consommation adulte contre 5 % pour la moyenne européenne.



Source : Caobisco (édition février 2017)

CONSOMMATION DE CHOCOLAT DANS LE MONDE



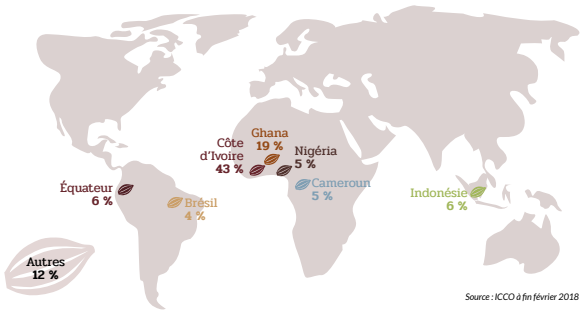
Source : Caobisco février 2017

© PHOTOS.ISTOCK

LE CACAO MATIÈRE PREMIÈRE

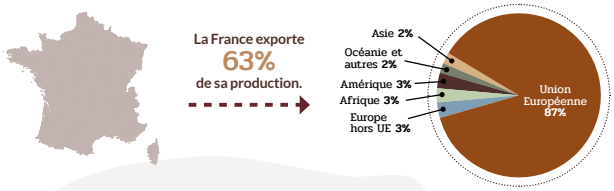
La Côte d'Ivoire est le principal pays producteur de cacao à l'échelle mondiale, et le principal fournisseur de fèves importées par les fabricants français.

PRINCIPAUX PAYS PRODUCTEURS DE FÈVES DE CACAO 2017/2018
(en volume)



Source : ICCO à fin février 2018

LES EXPORTATIONS FRANÇAISES DE CHOCOLAT EN 2016



LE SECTEUR DU CHOCOLAT EN FRANCE

La profession de la chocolaterie représente près de 120 entreprises dont 90% de PME. Elle emploie plus de 30 000 salariés au total (dont 15 850 en production industrielle) et participe à l'activité économique de toutes les régions françaises.

Les entreprises fabriquent 552 650 tonnes dans l'Hexagone :

- 378 850 tonnes vendues aux consommateurs en France et à l'international.
- 173 800 tonnes vendues aux professionnels qui utilisent le chocolat comme ingrédient (glaces, biscuits et gâteaux…).

Elle comprend :

- des groupes de taille internationale qui ont des sites de production en France : Barry Callebaut, Cémoi, Ferrero, Lindt, Mondelez, Mars, Nestlé…
- près d'une cinquantaine de PME : Abtey, Castelain, Cluizel, Le Chocolat des Français, Guyaux, Marlieu, Marquise De Sévigné, Mazet, Monbana, Réauté, Révillon, Valrhona, Voisin, Weiss…
- des fabricants avec magasins de proximité : Jeff De Bruges, Léonidas …
- de nombreux artisans.

SPP. En France, ces labels dynamiques sont de plus en plus présents dans le milieu de l'artisanat ainsi que l'approvisionnement direct en fèves de cacao par les pâtissiers et chocolatiers. En utilisant du cacao cultivé de façon équitable, les artisans soutiennent les revenus des producteurs de cacao équitable par rapport à ceux des producteurs de cacao conventionnel. De plus, la diminution du recours aux intrants chimiques réduirait les risques sanitaires et la pollution. La Confédération des chocolatiers vient de s'engager en faveur du cacao équitable qui privilégie les conditions de travail des planteurs et de la qualité du cacao pour les consommateurs.

Le chocolat : **toujours plus**

ENTRETIEN AVEC FRANK VILPOUX, COORDINATEUR FORMATEUR PÂTISSIER INBP DEPUIS 2012.

QUELLE EST VOTRE VISION DU MARCHÉ ARTISANAL DU CHOCOLAT ?

La chocolaterie est un segment de la pâtisserie qui a toujours été représenté dans l'artisanat. Le marché est investi principalement par quatre types d'acteurs : les artisans, les magasins d'enseignes de proximité, les PME telles que Cluizel, Valrhona, enfin les groupes internationaux. Avec ses 378 850 tonnes vendues en France en 2017 et ses 7,3 kg consommés par an et par habitant, autant dire que cela ouvre de belles perspectives aux artisans. Le chocolat bénéficie d'une belle image. Relayé largement par les médias fin 2017, le risque de pénurie de cacao lié au réchauffement climatique a définitivement fait prendre conscience au grand public de sa valeur. Considéré et travaillé comme une noble matière en pâtisserie, le chocolat nous accompagne à tous les moments heureux de la vie ou nous réconforte. Aujourd'hui, le chocolat s'expose sous des formes variées dans l'artisanat et ne se cantonne plus aux bonbons et aux montages de Noël et de Pâques. C'est tant mieux, et pour nos commerces et pour l'expression de notre créativité.

QUELS PRODUITS VOUS SONT LE PLUS DEMANDÉS EN FORMATION ?

La combinaison gagnante aujourd'hui en entreprise : c'est être efficace et rationnel. Bien sûr, il peut nous arriver d'intervenir pour des produits d'exception, mais cela reste à la marge, dans le cadre d'événement spécifique en boutique. Lorsqu'on crée à l'INBP les produits destinés aux stages de production, on se fixe la règle du « déclinable facilement en entreprise », ce qui n'empêche pas l'originalité tant sur le plan visuel que sur l'association des saveurs. Le chocolat se travaille toujours en montages, en bonbons, et de plus en plus en tablettes, en pâtes à tartiner et en barres chocolatées snacking. L'artisanat s'adapte ainsi à l'évolution des habitudes alimentaires et répond aux attentes des consommateurs en termes de transparence de fabrication, de qualité et de sélection des matières premières.

CONSEILLERIEZ-VOUS À UN PÂTISSIER DE DÉVELOPPER LA PARTIE CHOCOLAT DANS SA BOUTIQUE ?

Autant de pâtissiers que de stratégies commerciales, mais le chocolat est le produit chouchou des Français, c'est dommage de passer à côté. Certains choisissent la revente en mettant en avant un fournisseur, souvent de qualité. En tant que formateur, je ne peux que conseiller le fait maison. Cela nécessite bien sûr un investissement matériel et une formation complémentaire, mais en une semaine, un pâtissier peut disposer des bases pour lancer en toute confiance son activité. En proposant ses chocolats maison, le pâtissier signe son savoir-faire et offre une image très valorisante. Tout passe au préalable par la calculette, afin de connaître précisément les coûts et d'établir au mieux ses prix de vente. Commercialement, le chocolat se prête à de nombreuses mises en valeur et à des emballages stylisés variés. Il reste le beau cadeau à offrir qui, en plus, vous fera de la publicité.

1 Syndicat du chocolat, chiffres clés 2017

i | Formations en chocolaterie à Rouen ou en entreprise | INFO INBP 02 35 58 17 81

Actualités

EMBALLAGE & DÉCORATION

COLLECTION HOP POUR LE CHOCOLAT

La boutique Hop propose des emballages et des astuces décoratives originales. Parmi sa collection, des produits spécialement adaptés au chocolat comme des contenants inédits en kraft pour les thèmes Halloween et Noël, une collection de réglettes et coffrets pour le chocolat, des calendriers de l'Avent à garnir, mugs, boules à garnir, paniers, corbeilles, bonbonnières… À découvrir, une gamme d'articles transparents fabriquée en France et disponible quelle que soit la saison. Téléchargez le catalogue sur **www.laboutiquehop.fr**.

SUR-MESURE AVEC DAVOISE

Davoise propose ses nouvelles collections 2018 avec des formes et des matériaux répondant à la demande des artisans boulangers, pâtissiers, chocolatiers. La gamme étendue d'emballages transparents, ballotins, boîtes et réglettes est personnalisable à partir de toutes petites quantités. Tous les produits (boîte de chocolats, macarons, confiseries, etc.) sont fabriqués à Château-Renault en Touraine. Davoise est aussi à l'écoute de vos projets spécifiques et propose du « sur-mesure ». Retrouvez tous les produits sur le catalogue à télécharger gratuitement sur leur site.

COLLERETTE FLORENSUC

Florensuc vous propose toute une gamme de décorations azyme pour vos entremets aux fruits ou au chocolat. Dernière nouveauté 2018, une collerette en azyme alimentaire qui se glisse autour des cornets de glace ! Vous pouvez aussi utiliser la collerette comme support de communication en faisant imprimer votre logo ou le visuel de votre choix.

COMPACT • SIMPLE • FACILE • DISPONIBLE SUR STOCK • MONTAGE RAPIDE
LA CUISSON PAR EXCELLENCE
FABRIQUÉ EN FRANCE

MAP
FOURS DE BOULANGERIE
+33 (0)4 75 56 04 79
contact@fourmap.fr
+33 (0)4 75 55 22 61
42-44, rue Latécoère - 26000 Valence - France
www.fourmap.fr

FOURNISSEURS

VALRHONA FÊTE LES 10 ANS DE CŒUR DE GUANAJA

Issu du même assemblage de cacaos que la couverture Guanaja 70 %, produit iconique Valrhona baptisé le chocolat le plus amer du monde, P125 cœur de Guanaja est un concentré de chocolat apportant un goût et une couleur intense à toutes les créations pâtissières. Il est moins sucré qu'une couverture et sa puissance aromatique est multipliée par 2. La matière sèche de cacao, source de goût est quasiment doublée. Grâce à sa faible teneur en beurre de cacao, il permet de créer des textures crémeuses, mœlleuses et fondantes en parfaite harmonie avec son goût de chocolat intense et cela sans les durcir. Comme Guanaja, ce concentré de chocolat bénéficie aussi d'une longue durée de conchage ce qui lui confère des arômes aussi fins et complexes qu'une grande couverture Valrhona.

PATISFRANCE-PURATOS MISE SUR LE PRALINÉ AUX GRAINES

PatisFrance-Puratos lance Pralicrac Graines qui complète la gamme des spécialités à base de fruits secs, déjà composée de produits comme le Pralicrac noir, blanc, choco-lait, framboise, Pécan, caramel au beurre salé. Ce nouveau produit apporte une touche croustillante pour créer des recettes et des jeux de textures inédits. Prêt à l'emploi, il peut être utilisé en base d'entremets, étalé sur un biscuit, en fourrage dans les pâtes de cuisson ou en garniture de bonbons. Hormis du chocolat Belcolade, il contient des graines de tournesol, quinoa et courge, toastées et caramélisées. Produit fabriqué à Charmes en France. Disponible en seau de 2 kilos.

CACAO BARRY : DES PRODUITS 100 % DURABLES D'ICI 2025

Cacao Barry met tout en œuvre pour offrir aux planteurs un environnement favorable pour une meilleure productivité et qualité. Avec la création de la Fondation Cocoa Horizons (Côte d'Ivoire, Ghana, Tanzanie) et le développement de la gamme Pureté qui assure des chocolats à la traçabilité irréprochable, Cacao Barry s'engage véritablement pour un chocolat « durable ».

Gamme Pureté 100 % durable

Lactée Supérieure (38 %) : une saveur cacao plus intense et une perception moins sucrée. Pour de multiples applications. Alunga™ (41 %) : chocolat au goût de cacao dominant, peu sucré avec des notes lactées. Idéal pour les mousses et ganaches. Excellence (55 %) : chocolat puissant en cacao avec une amertume agréable en bouche. Parfait pour les mousses et ganaches. Inaya™ (65 %) : goût équilibré avec une douceur cacaotée. Pour toutes les préparations. Ocoa™ (70 %) : intense en cacao et peu sucré, ce chocolat est idéal pour les enrobages.

Nouvelles pépites

Pépites cacao Extra-Bitter Guayaquil™. Des éclats de fèves de cacao caramélisés enrobés de chocolat de couverture noir Extra-Bitter Guayaquil™ (64 %). Pépites Cacao Zéphyr™ Caramel : Des éclats de fèves de cacao caramélisés enrobés de chocolat blanc au caramel Zéphyr™ caramel (35 %).

DOBLA LANCE DE NOUVEAUX DÉCORS

La marque Dobla de CSM Bakery lance de nouveaux décors en chocolat pur beurre de cacao pour apporter une touche finale raffinée à vos pâtisseries. Au total 55 références ! Les fruits 3D (pomme, citron vert, citron jaune et fraise). Des sphères originales et des disques velours sont disponibles en 4 tailles (chocolat noir, chocolat au lait, chocolat blanc). La fleur jaune ou mauve et la bouche 3D sont des incontournables pour toute occasion spéciale. Le décor papillon apporte du volume. Les décors infinis noir/beige et beige/noir 14 cm de long soulignent la longueur des entremets comme les millefeuilles, les éclairs ou les entremets familiaux. Les éventails (chocolat noir ou chocolat blanc) sont des classiques indémodables à utiliser sans modération. Jusqu'alors disponibles en conditionnement de 2,5 kg, ils le sont en boîte de 1 kg !

WEISS : 100 % SUCRE ET LAIT DE FRANCE

Chez Weiss, les deux ingrédients essentiels à la fabrication du chocolat et du praliné : le sucre et le lait sont français. Pourquoi le sucre de France ? Parce que c'est le premier pays producteur de sucre de betterave au monde, celui-ci est transformé à moins de 30 km des champs et l'intégralité de la betterave est transformée ou recyclée. De plus, le sucre de betterave est naturellement blanc, ainsi sa production ne nécessite que très peu de raffinage supplémentaire. Pourquoi le lait de France ? Pour valoriser la production nationale (la France étant le 2e producteur de lait en Europe) et jouer la transparence pour les consommateurs en quête d'information sur l'origine des produits qu'ils consomment.

Lait entier de France 36 %

C'est le nom du nouvel assemblage de la Maison Weiss. Un assemblage de fèves de cacao du Delta du Mékong et de Madagascar associé au lait français pour un chocolat au lait très clair apportant du contraste dans les créations des artisans et un goût de lait frais pour un bel équilibre. *« J'ai utilisé cette couverture Lait Entier de France 36 % pour enrober mes bonbons de chocolats. Elle est d'une fluidité extrême et très facile à travailler. J'ai obtenu facilement un enrobage de qualité. Son goût de lait, peu sucré laisse toute la place aux saveurs de l'intérieur du bonbon de chocolat »*, explique Christine Grosjean (Chocolaterie « Il était une fois » à Brignais 69).

Nouveau chocolat au lait à la frontière du noir

Mahoë 43 % (Pur Origine Grenade) est un chocolat au lait, peu sucré en bouche qui se distingue par une attaque acidulée aux notes de fruits jaunes confiturés, suivi d'une belle intensité cacao et un final aux notes toastées façon pain perdu. De texture fondante sans être grasse, il est idéal pour réaliser d'onctueuses ganaches et crémeux. Son profil aromatique se marie avec le côté grillé et fruit sec des pralinés. Sa fraîcheur et son amertume peuvent être sublimées par du citron ou du pamplemousse. Disponible en format 5 kg.

Bouchées : Les Divines

Pour la revente, Weiss lance la gamme de bouchées les Divines aux décors appliqués à la main. Agrume tonic (chocolat, orange et citron), Eugénie (praliné noisette Piémont d'Italie sur un lit de ganache noire), Praliné Sésame, Li Chu éclats de fèves (ganache acidulée issue d'un chocolat noir pur origine Vietnam) et Praliné coco (praliné amandes Valencia et noisettes romaines, enrobage chocolat noir). Format individuel de 30 g. Des produits sans colorants & arômes artificiels, ni conservateur et sans gluten.

Artisans chocolatiers

MICHEL CLUIZEL : PARTENARIAT AVEC PHILIPPE CONTICINI

La Manufacture Cluizel met ses produits professionnels à portée de tous avec sa gamme « Secrets de Pros® ». Les produits sélectionnés de cette gamme sont cautionnés par Philippe Conticini. Les chocolats « Grands Accords® » Kayambe® Noir 72 %, Vanuari® Lait 39 %, Elianza® Ivoire 33 % et son chocolat de Plantation Los Anconès Bio sont disponibles en sacs de 1 kg de Mini Grammes®. La poudre brute de cacao, le grué de cacao bio, la gruétine de cacao et la pâte au praliné 89 % sont quant à eux disponibles en pots.

CÔTE D'OR LANCE 4 NOUVELLES TABLETTES

La marque Côte d'Or innove en proposant 4 nouvelles tablettes aux éclats de noisette caramélisés. Trois chocolats noirs (54 % de cacao) aux amandes, framboises et sésame et une tablette au lait aux éclats de noisette caramélisés et amandes.

MAX VAUCHÉ MISE SUR LE MEXIQUE

Artisan chocolatier à Bracieux dans le Loir-et-Cher, Max Vauché achète ses fèves de cacao en direct à la plantation Cacep de Tabasco au Mexique. Un chocolat lavé et séché au soleil. Non fermenté, ce chocolat très amer conserve tous ses arômes.

LA CHOCOLATERIE BERTON SOUTIENT L'ADICARE

À l'occasion des 50 ans de la 1re greffe du cœur en Europe réalisée par le Pr Christian Cabrol, fondateur de l'Adicare, la chocolaterie Berton en Vendée (Availles-en-Châtellerault) a mis en place une donation vers cette association à partir de la date anniversaire des 50 ans fin avril 2018. 50 centimes d'euro par tablettes Omega choco achetées seront reversés par la chocolaterie Berton à l'association Adicare (Association pour le Développement des Innovations en Cardiologie, Recherche et Enseignement).

CHOCOLATIERS D'ART & CIE : LE CHOCOLAT ET LES PLANTES AROMATIQUES

Créé en 2015 dans la Drôme par Paul Keruel et Adrien Vieillet, Chocolatiers d'Art & Cie associe le chocolat et les plantes aromatiques. Paul Keruel a travaillé chez Fauchon, Roger Vergé et au moulin de Mougins avec Raymond Thuillier à Beaumanière. Leur démarche : le mariage du chocolat avec des plantes aromatiques (lavande, quatre menthes, verveine, berce, origan, sarriette, romarin, thym, sureau) issues de la Drôme, premier département français producteur de PPAM (Plantes à Parfum, Aromatiques et Médicinales). Les chocolatiers utilisent un chocolat noir (74 % de cacao) très aromatique d'Amérique Latine et des plantes aromatiques certifiées bio du Vercors. La cueillette se fait dans le respect de la nature sur des sites choisis et éloignés de la pollution urbaine. Chocolatiers d'Art & Cie utilise également l'impression 3D qui permet la création en relief et en chocolat de n'importe quel logo, objet ou création typographique.

INCROYABLES CHOCOLATS, LA 1RE BOX CHOCOLATÉE

Chaque mois, « Incroyables chocolats » propose à ses clients abonnés de recevoir une box composée d'un coffret de bonbons de chocolat, d'une tablette ou une surprise chocolatée. Chaque envoi est consacré à un chocolatier reconnu par l'association du Club des Croqueurs de Chocolat ou le World Chocolate Master concours organisé par Cacao Barry. Joël Durand, installé à Saint-Rémy de Provence qui mêle herbes aromatiques et chocolat a été le premier chocolatier mis à l'honneur. La société met en avant que des produits artisanaux et non industriels, pour toujours plus d'authenticité.

1ER MUSÉE DU CHOCOLAT À LYON

Richard et Gaëlle Sève ont ouvert le « Musco », le 1er musée du chocolat à Lyon. Situé au cœur du Parc du Puy d'Or, ce musée riche d'une collection d'objets dédiés au cacao invite à une découverte ludique, visuelle, sensorielle et gourmande du chocolat, depuis ses origines cacaoyères jusqu'à sa transformation ultime.

© ISTOCK

Concours

FINALE DU WORLD CHOCOLATE MASTERS AU SALON DU CHOCOLAT 2018

© AETERNITYPRESENTS

Du 31 octobre au 2 novembre, le Salon du Chocolat à Paris accueillera la finale mondiale du WCM ! Yoann Laval portera les couleurs de la France et affrontera les 20 candidats des autres pays. Chef chocolatier chez Délices des Sens à Lyon, Yoann Laval est déterminé à conserver le titre remporté précédemment par le Français Vincent Vallée : *« Je me donne à 100 % à cette compétition car la rigueur est indispensable pour réussir. Tous les jours, j'aménage mes horaires pour avoir au minimum 4 heures d'entraînement et tous mes week-ends sont consacrés à la préparation de la finale. Je travaille chaque épreuve jusqu'à satisfaction, du goût et du visuel. J'ai la chance d'être très bien entouré et soutenu par mon équipe de travail notamment mon chef qui me conseille et m'aide à cette préparation ».* Après le World Chocolate Masters, le chocolatier souhaite préparer le concours de Meilleur ouvrier de France chocolatier.

Vient de paraître

CHOCOLAT DE SOPHIE DUDEMAINE

Reconnue grâce à son livre à succès sur les cakes, Sophie Dudemaine consacre un ouvrage complet au chocolat (256 pages) pour la première fois ! Mœlleux, fondant, crème, crumble, fondant, truffe, sablé, brownies, cookies, cake, tarte, etc.…Au total plus de 100 recettes gourmandes et faciles à réaliser. À découvrir : tiramisu au chocolat, à l'orange et aux amandes, tarte praliné aux crêpes dentelle, œufs au lait chocolatés, tarte chocolat-citron, cake crumble, tarte ganache au chocolat, nougats au chocolat, etc. Éditions de La Martinière.

agence boulangerie
votre service de médiation

Vendre, Acheter ou Créer
Toute notre expérience à votre service

AGENCE SPÉCIALISÉE 100% BOULANGERIE - PÂTISSERIE

Visitez notre site spécialisé à 100% boulangerie

• Achat de votre Boulangerie : un choix très important d'annonces.
• Vente de votre Boulangerie : nous publierons votre annonce pour le temps nécessaire à la vente.
• Création de votre boulangerie: consultez notre espace création.

www.agenceboulangerie.info

Vous avez un projet
☐ Cession ☐ Acquisition ☐ Création ☐ Autre
Contactez-nous - À remplir et à retourner :
Médiation Service Boulangerie
46, rue de la Paix - 10000 TROYES - Tél. 06 07 18 46 45
Vos coordonnées : .....
.....
Tél. |_|_|_|_|_|_|_|_|_|_|
Merci d'ajouter votre cachet commercial au dos de l'enveloppe d'expédition.

BLEU CHOCOLAT DE STÉPHANE LEROUX

« Bleu Chocolat » est le nouvel ouvrage signé Stéphane Leroux (Meilleur ouvrier de France et chef pâtissier-chocolatier) et Belcolade. Plus de 100 pièces à couper le souffle. À première vue, on dirait du marbre, du béton ou de la céramique, mais c'est du chocolat ! En deux volumes, Stéphane Leroux partage son expérience : « Le chocolat est un ingrédient exceptionnel qui m'impressionne sans cesse ». Illustré par le photographe belge Tom Swalens, le livre architectural présente un ensemble de pièces qui ressemblent plus à de l'art moderne. L'ouvrage technique est plus un guide étape par étape à travers les techniques de création d'un effet chocolat, marbre, carton, béton ou porcelaine.

LES GÉNIES DU CHOCOLAT

La France, patrie du meilleur chocolat mondial, c'est que propose ce coffret de 3 tomes rédigés par Eri Ikezi et préfacés par Pierre Hermé. Ce livre rassemble les expériences de la journaliste d'origine japonaise vécues au cours de ses récentes tournées gastronomiques. Son expertise sur le chocolat lui a valu en 2014 d'être nommée membre du jury du concours MOF chocolatiers-confiseurs. Les 685 pages démontrent pourquoi la Belgique et la Suisse, contrairement à l'idée répandue, ne sont plus, depuis quelques dizaines d'années les patries de l'excellence chocolatière. Les Français ont exploré, avec leurs techniques, toutes les facettes de la fève de cacao pour créer des chocolats qui en révèlent tous les parfums et textures inimaginables. À l'instar de la gastronomie française classée au patrimoine immatériel de l'Unesco, le chocolat est hissé au rang d'un véritable art ! Éditions Ikezi.

PROFESSION CHOCOLATIER-CONFISEUR

Jean-Charles Balthazard, président de l'Association nationale des formateurs en pâtisserie (ANFP), lance le seul ouvrage scolaire à destination des élèves du CAP Chocolatier-Confiseur. À mettre également entre les mains de tous les chocolatiers-confiseurs ! Tous les contenus théoriques (technologie professionnelle et appliquée), toute la pratique professionnelle et une partie activités où l'élève peut mettre en pratique ce qu'il vient d'apprendre. Un manuel structuré en 5 parties. L'ouvrage (288 pages) donne la part belle au dessin professionnel en lui consacrant tout un chapitre illustré et détaillé à travers le pas à pas du dessin de la Bonbonnière. Des vidéos de l'auteur en français et en anglais reprennent étape par étape de façon pédagogique toutes les techniques à maîtriser. Éditions Delagrave.

© ISTOCK

RECETTE RÉALISÉE POUR :
8-10 personnes
Temps de préparation : 45 minutes
Temps de cuisson : 30 minutes

Fraisier

INGRÉDIENTS

Biscuits
6 œufs
180 g de sucre semoule
150 g de farine
40 g de fécule de maïs

Confit de fraise du Périgord
400 g de fraises du Périgord
240 g de sucre à confiture (avec pectine)

Crème
750 g de mascarpone
60 g de sucre glace

Finition
400 g de fraises du Périgord

PROCÉDÉ

Confit de fraise du Périgord : laver, équeuter et couper 400 g de fraises du Périgord en deux. Les placer dans une casserole. Porter à frémissement et laisser cuire 5 minutes. Ajouter le sucre, mélanger pour le faire fondre, puis compter environ 5 minutes de cuisson à forte ébullition. Verser dans un plat et laisser refroidir.

Biscuits : préchauffer le four à 180 °C. Mettre les œufs et le sucre dans le bol d'un batteur et fouetter pendant 12 minutes pour obtenir un mélange gonflé et épais. Tamiser la farine et la fécule de maïs au-dessus du bol et les incorporer délicatement à la spatule. Beurrer et fariner deux moules ronds de 20 cm de diamètre, répartir la préparation entre les moules, lisser le dessus et enfourner pendant 20 minutes. Laisser légèrement tiédir avant de démouler sur une grille. Laisser complètement refroidir.

MONTAGE ET FINITION

Mélanger le mascarpone avec le sucre glace. À l'aide d'un couteau à pain, couper chaque biscuit en deux dans l'épaisseur. Déposer un demi-biscuit sur un plat, étaler sur le dessus deux cuillerées de confit de fraise du Périgord, puis le quart du mascarpone. Ajouter des fraises du Périgord coupées en deux, puis recouvrir d'un second disque de biscuit. Recommencer de la même façon jusqu'au dernier disque de biscuit. Disposer le mascarpone restant en dôme, ajouter quelques traits de confit de fraise du Périgord et finir avec des fraises entières.

© ANNELYSECHARDON-CREATRICEDERECETTESETSTYLISTECULINAIRE

RECETTE RÉALISÉE POUR :
150 bonbons
Temps de préparation : 2 heures
Temps de cuisson : 5 minutes

Bonbons pralinés

amande noisette et ganache framboise à l'Eau-de-vie de framboise 45° Wolfberger

UNE RECETTE D'HUGUES POUGET
ARTISAN CRÉATEUR ET MAÎTRE PÂTISSIER

INGRÉDIENTS

Praliné amande et noisette
220 g d'amandes Valencia, 220 g de noisettes du Piémont, 400 g de sucre semoule, 20 g de beurre de cacao, 14 g de beurre de cacao pour l'abaissage, 40 g de poudre de lait 0 % MG, 1 gousse de vanille de Bourbon, 140 g d'eau

Enrobage
Chocolat noir de Tanzanie

Décor
Feuille d'or

Ganache framboise
360 g de pulpe de framboises, 72 g de sucre, 50 g de beurre de cacao, 33 g de sorbitol, 18 g de trimoline, 210 g de chocolat au lait du Ghana 35 %, 333 g de couverture noir 60 %, 80 g Eau-de-vie de Framboise 45° Wolfberger

PROCÉDÉ

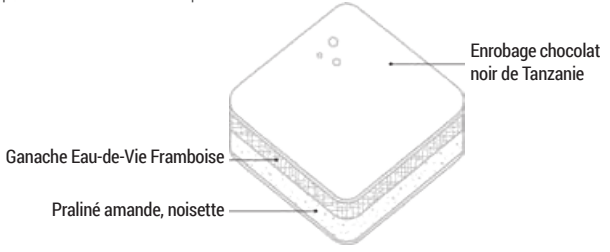
Praliné amande et noisette : faire chauffer le sucre et l'eau jusqu'à 118 °C (jusqu'à l'obtention d'un caramel blond). Verser les fruits. Sabler le tout avec la gousse de vanille puis remuer jusqu'à l'obtention d'un caramel foncé. Faire refroidir sur une plaque, puis dans un récipient mixer le beurre de cacao et la poudre de lait. Le praliné est prêt à l'emploi.

Ganache framboise : dans un récipient, chauffer la pulpe de framboises avec le sucre, le sorbitol et la trimoline. Dans un autre récipient, rassembler les deux chocolats de couverture et le beurre de cacao. Quand le premier mélange est arrivé à ébullition, verser sur les deux chocolats de couverture. Émulsionner. Une fois la ganache redescendue à 34 °C, ajouter l'Eau-de-Vie de Framboise 45° Wolfberger.

MONTAGE ET FINITION

Abaissage du praliné : ajouter 14 g de beurre de cacao au praliné, ainsi que 6 g de couverture, de chocolat noir de Tanzanie. Chauffer le tout puis cristalliser (chauffer à 45 °C, redescendre à 27 °C puis remonter à 31 °C). Couler sur une plaque à une épaisseur de 2 mm. Réserver au froid.

Abaissage de la ganache : une fois que le praliné est cristallisé, couler la ganache framboise à 5 mm et réserver au frais. Puis après cristallisation, couper à la taille. Enfin, enrober de chocolat noir de Tanzanie et une fois le chocolat durci, placer une petite pointe de feuille d'or pour le décor.



GAYLORD GRAVELEAU ET THIERRY VILLELEGIER CO-FONDATEURS DE SEIZEMAI

« *Pour accompagner* ***la boulangerie artisanale de demain*** »

LE 16 MAI DERNIER À LA SAINT-HONORÉ, STREGO ET SA FILIALE LE CABINET DUPONT, EXPERT DE LA TRANSACTION DE BOULANGERIES ARTISANALES AINSI QUE LA COOPÉRATIVE TERRENA MEUNERIE, PORTEUR DE LA NOUVELLE AGRICULTURE®, SE SONT ASSOCIÉS EN LANÇANT LA MARQUE SEIZEMAI.

COMMENT EST NÉE CETTE MARQUE ?

Gaylord Graveleau : Elle est née d'un constat partagé par Strego et Terrena Meunerie de l'absence sur le marché d'un acteur multi-compétences dédié à l'accompagnement de leurs clients communs, les boulangers artisanaux. Certains que la boulangerie artisanale est un marché à fort potentiel en mutation, ils ont décidé d'unir leurs forces et leurs expertises, pour offrir à ce secteur une nouvelle vision en permettant par exemple aux acquéreurs de multiplier leurs apports par 3, 5 ou 10 !

QUEL EST L'OBJECTIF DE L'ENTREPRISE SEIZEMAI ?

Thierry Villelegier : Nous avons pour ambition de devenir le leader du conseil des boulangeries-pâtisseries artisanales. Notre objectif : dynamiser le secteur de la boulangerie artisanale avec une offre de services sur-mesure pour accompagner l'entrepreneur tout au long de son projet. Le but est de réunir autour de l'entrepreneur artisan boulanger, tous les acteurs indispensables à la construction de son projet. Outre le conseil, nous proposons un accompagnement qui comprend la recherche d'un projet achat-vente, le montage financier, le conseil juridique, la formation pour la production, la mise en avant et la vente des produits, le conseil en communication mais aussi le choix de la farine…

Gaylord Graveleau.

Thierry Villelegier.

QUELLE EST VOTRE VISION DE LA BOULANGERIE ARTISANALE ?

G.G. : Elle est en pleine mutation face à la concurrence des chaînes de boulangerie, des franchisés et des GMS. Nous misons sur la boulangerie artisanale pour que les jeunes franchissent le pas en se mettant à leur compte. Pour les aider, nous sélectionnons des investisseurs afin de leur apporter des capitaux complémentaires. Les affaires sont appelées à être de plus en plus importantes. Le chiffre d'affaires d'une boulangerie peut aller de 250 000 euros à plus d'un million par an. Et, un jeune n'a pas toujours les moyens suffisants pour s'installer. Nos solutions rendent accessible la reprise (transmission dans certains cas) ou le développement d'une boulangerie artisanale dans de bonnes conditions. De nombreux jeunes boulangers sont dans ce cas et les profils changent.

QUE PROPOSEZ-VOUS ?

T. V. : Seizemai propose une approche digitale novatrice pour capter les acquéreurs et faciliter la réussite de la transaction. Grâce à ses experts spécialisés, l'entreprise articule tous les savoir-faire autour de la réussite du projet, en permettant à des investisseurs sélectionnés de participer aux financements de boulangeries. Au-delà de l'accompagnement de l'entrepreneur, Seizemai souhaite promouvoir un métier et bousculer les codes établis sur le marché.

i | www.seizemai.com

200 PROJETS/AN

Pour accompagner les artisans boulangers de demain sur le chemin de la réussite, Seizemai apporte son expertise à tous ceux qui veulent, vendre, acheter, investir dans la boulangerie-pâtisserie artisanale. Plus de 200 projets de boulangeries/an sont sélectionnés dans le Grand Ouest de la France (Paris, Le Mans, La Rochelle, Angers, Nantes, Rennes).

Offre **d'emploi**

(78) La boulangerie-pâtisserie **Duhamel** recherche un (e) **apprenti boulangerie** et un (e) **apprenti pâtisserie** afin de renforcer son équipe de production.

Julien et Marine Duhamel | Tél. : 01 39 65 42 04 | 1 place de l'Église 78630 Orgeval

BELLOT MINOTERIES Grains de talent

(79) Minoteries Bellot recrutent un **boulanger conseil** (H/F), diplômé d'un **BM**, **expérience** mini de **2 ans** dans un moulin. MOF ou souhait MOF sera apprécié.

CV + lettre à : gaelle.leroux@bellotminoteries.fr

LE MONDE DES Boulangers ET DES Pâtissiers

EN LIGNE, POUR VOUS !

www.lemondedesboulangers.fr
Toute l'actualité de votre univers professionnel !

Site Internet, newsletter, appli mobile…
3 façons d'accéder à toute l'information de votre secteur !

TOUTES LES INFOS DE LA PROFESSION EN LIVE SUR LE SITE INTERNET

UNE VEILLE RÉGULIÈRE SUR L'ACTUALITÉ DU SECTEUR EN VOUS INSCRIVANT À NOTRE NEWSLETTER

DES LIENS PLUS ÉTROITS GRÂCE À L'APPLICATION MOBILE* À TÉLÉCHARGER GRATUITEMENT

* Sur I Phone ou Android

@BoulangPat
Suivez-nous !

Entre PROS une histoire de CONFIANCE !

Assureur depuis plus de 60 ans MAAF PRO est à vos côtés pour vous conseiller et vous accompagner dans votre vie professionnelle comme dans votre vie privée.

MAAF disponible pour vous

en agence
Prenez rendez-vous sur maaf.fr ou sur l'appli mobile MAAF et Moi

au téléphone
3015 Service & appel gratuits
du lundi au vendredi de 8h30 à 20h et le samedi de 8h30 à 17h.

sur votre espace client
Sur maaf.fr et l'appli mobile MAAF et Moi

MAAF PRO

00/00 - MAAF Assurances SA - RCS NIORT 542 073 580 - Création : © ZINAGES

QUAND VOUS REFERMEZ UN

UNE NOUVELLE VIE S'OUVRE À LUI.

EN TRIANT VOS JOURNAUX, MAGAZINES, CARNETS, ENVELOPPES, PROSPECTUS ET TOUS VOS AUTRES PAPIERS, VOUS AGISSEZ POUR UN MONDE PLUS DURABLE. DONNONS ENSEMBLE UNE NOUVELLE VIE À NOS PRODUITS.

CONSIGNESDETRI.FR

CITEO

Le nouveau nom d'Eco-Emballages et Ecofolio