

le monde de

L'ÉPICERIE FINE

Magazine Professionnel

N°16 - Février/Mars 2016 - 8,50 €

La confiserie

ENTRE TRADITION ET NOUVEAUTÉ

À LA UNE

FÊTES & ÉVÈNEMENTS
**Comment booster
vos ventes**



**TENDANCE
CONSO**
**LE RETOUR DU
CAFÉ FILTRE**



FRÉDÉRIC LALOS

“Le respect
est la base
de nos métiers”

RETOUR AUX FONDAMENTAUX

« L'industrie a cassé l'image du nougat, déplore Pierre Silvain. Nougats de toutes les couleurs, nougats à tous les fruits, nougats à tous les parfums... La gamme s'est élargie à outrance. Les industriels ont oublié que le nougat, c'est d'abord l'amande et le miel. »

« Certains ont tellement innové qu'ils ont perdu le sens du calisson traditionnel, regrette Pierre Lilamand. Notre volonté est de nous raccrocher à un produit traditionnel, gustativement qualitatif et présenté dans un boîtage moderne. »

Pour 2016, retenons cette tendance clé : moins de sucre et prime à la santé, à la proximité et à l'authenticité. Pierre Silvain le résume d'une phrase : « Nous sentons une réelle demande de produits plus sains et liés à une histoire, à une culture, à un terroir. »



À la base d'une recette réussie de pâte de fruit, il y a des fruits frais rigoureusement sélectionnés et travaillés avec attention. En un peu plus de 50 ans,

Paris-Caramels s'est taillé une belle réputation dans la « pâte du fruit », comme l'appelle son président Xavier Conraux. Les fruits (origine France garantie) sont achetés auprès de petits producteurs, traités et transformés dans ses ateliers de Beauvais. Ensuite, l'amour du bel ouvrage fait toute la différence. « Nos dernières saveurs sont à base de litchi de l'île de la Réunion et de pamplemousse rose de Corse », nous apprend Xavier Conraux qui a lancé des pâtes de légumes qui se grignotent à l'apéritif ou avec un cocktail.

LE GOÛT DES RÉGIONS

Paris-Caramels fournit plus de 700 clients en France et à l'étranger en pâtes de fruits, chocolats et, comme le laisse deviner son nom, en caramels. « Du très haut de gamme », souligne Xavier Conraux. En effet, ces caramels sont fabriqués avec du beurre AOP Charentes-Poitou, mais sans colorant ni additif. Ils cuisent lentement à basse température. Le marché des caramels est en hausse continue depuis plusieurs années. « Les volumes de caramels ont explosé grâce au caramel au beurre salé et aux ventes en magasins de produits régionaux, constate Didier Renou de la Maison Barnier. Dans nos confiseries, nous introduisons souvent un ingrédient d'origine régionale, comme la liqueur de Chartreuse Verte de Voiron ou le sel de Camargue que l'on retrouve dans certains de nos caramels. Le régional fait vendre et offre de nouveaux débouchés à la confiserie traditionnelle.

Les Gourmandises de Sophie®

NOUVEAU

★ 22 sachets Confiseur ★



★ Offre Pâques ★



★ Gamme Bio/Vegan  ★



Les Gourmandises de Sophie®
LA CONFISERIE ÉTOILÉE

contact@lesgourmandisesdesophie.fr
Tél : +33 (0)3 20 66 14 50
www.lesgourmandisesdesophie.com

À côté du marron glacé traditionnel, la maison Corsiglia adresse des clins d'œil aux territoires de France. Ainsi, elle a lancé un marron macéré dans du rhum, puis dans du cognac, dans de la mirabelle ou dans de l'eau-de-vie à la poire Williams.



Plus généralement, les produits de terroir connaissent un bel engouement. « Les clients reviennent de plus en plus aux spécialités locales et régionales », confirme Maurice Farine, président de **la Confiserie du Roy René** qui fabrique les célèbres calissons d'Aix, des nougats,

des biscuits et commercialise une myriade de douceurs et de spécialités régionales. « Avec le calisson qui est très souvent un produit cadeau pour les adultes, nous faisons l'essentiel de notre chiffre d'affaires à Noël. »

TRÈVE DES CONFISEURS

Les bonbons et les petites douceurs symbolisent le plaisir gourmand, le partage, la fête ou la convivialité. Quand et comment en consomme-t-on ? Noël et Pâques sont les deux grosses périodes de consommation dans les boutiques À la Mère de Famille, spécialisées dans les chocolats et les confiseries de fabrication maison. Le chocolat décliné au naturel, en tablettes ou en friandises, s'y taille la part du lion. Une vendeuse soulève le couvercle d'un bocal exposé à l'entrée de la boutique de la rue Cler à Paris : « Pendant les fêtes, les fruits confits sont mis en avant. »



La période des fêtes est cruciale pour le marron glacé : 70 % des ventes de **Corsiglia** sont réalisées entre la Toussaint et décembre ; chez Silvain, les cinq derniers mois de l'année représentent 50 à 60 % du chiffre d'affaires. Il faut dire que le nougat et les fruits confits font partie des treize desserts que l'on met sur les tables provençales à Noël. La tradition a du bon.

Didier Renou rappelle « qu'on disait autrefois que le bonbon se vendait après Pâques jusqu'à Halloween. » Cela est moins vrai désormais. « Pour les caramels et les pâtes de fruits, il y a peu de saisonnalité, analyse Xavier Conraux. Il y a d'abord des achats d'impulsion et de grignotage. » Pierre Lilamand livre une anecdote : « Dans notre boutique, on vend une réglette de six fruits confits. J'ai remarqué que dès qu'ils ont payé, les clients piochent dans la boîte avant de sortir. »

Et le bio ?

Un bonbon bio c'est un bonbon sans conservateur, sans colorant artificiel, sans exhausteur de goût, sans produit chimique, sans stabilisant. Rares sont les confiseries qui riment avec le bio.



La maison Corsiglia a dans son catalogue, des marrons glacés bio avec des ingrédients issus entièrement de l'agriculture biologique, sans conservateur, ni colorant.

« Nous ne commercialisons pas de produits avec le label bio, explique le spécialiste des pâtes de fruits Paris-Caramels qui a obtenu la garantie Iso 22000 pour la sécurité alimentaire. Nous achetons parfois des matières premières bio ou des fruits en agriculture raisonnée. Mais nous ne voulons pas de bio à tout prix. Ce qui prime, c'est le respect du produit par le producteur. »



La société **Les Gourmandises de Sophie**, déjà novatrice avec une offre de confiserie à offrir présentée dans des bocaux et des bonbonnières,

souhaite s'implanter dans le circuit des épiceries fines. Elle mise notamment sur le bio. « Nous proposerons dès 2016 une nouvelle gamme de sachets bio dont la caractéristique est d'être sans OGM, sans lactose et sans gluten. Il y aura trois produits bio - bouteilles cola, animaux fruités et guimauves - et trois produits bio/vegan - oursins, mélange de fruits et cœurs - avec de la pectine et un gélifiant naturel : l'agar-agar », annonce le gérant, Richard Buseine.



Autres nouveautés lancées par cette société basée à Hem, près de Lille : les sucettes et cannes à l'ancienne comportent des arômes naturels et sont totalement bio. À suivre.