

CHOCOLATIER • GLACIER • CONFISEUR • TRAITEUR

# LE JOURNAL DU PATISSIER

Depuis 1978

PARCOURS DE M.O.F. | P. 16-21

NICOLAS CLOISEAU  
LA MAISON  
DU CHOCOLAT

REPORTAGES | P. 22-32 et P. 72-73

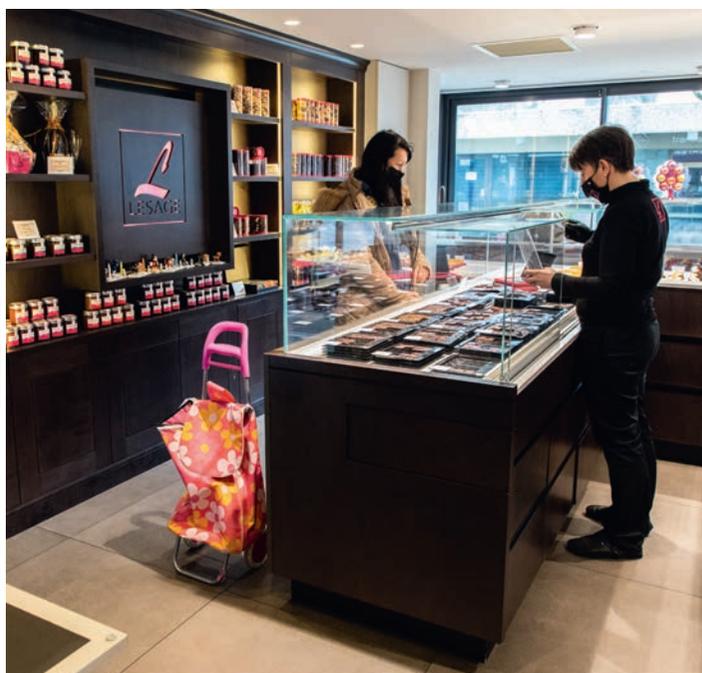
MAISON LESAGE, HAUTE-SAVOIE  
L'AMBROISIE, SAÔNE-ET-LOIRE  
QUENTIN ZERR, SYDNEY, AUSTRALIE

RECETTES | P. 38-61

SPÉCIAL  
CARMEL

DOSSIER | P. 62-70

MATÉRIEL



REPORTAGE Sébastien Lesage à Annemasse (74)

## 20 ANS DE MODERNITÉ ET NOUVEAUTÉS, SOUS LE SIGNE DE LA PASSION

Installés à Annemasse depuis avril 2001, Sébastien et Monja Lesage ont emménagé, en mars 2019, place Jean-Jacques-Rousseau, derrière la mairie, pour développer un salon de desserts, en complément d'une boutique flambant neuve.

Au sein de ce bel écrin, les fabrications modernes côtoient des classiques « revisités ». Malgré la Covid-19, les époux Lesage continuent d'avancer avec prudence, en misant sur la qualité et la rentabilité. Après la crise sanitaire, ils envisagent de disposer d'un plus vaste laboratoire en périphérie, avec un point de vente. Un nouveau projet d'envergure, à suivre !

Par Christel Reynaud • Photos : Thierry Caron

Le 6 avril 2001, Sébastien Lesage se lance dans l'aventure de l'entrepreneuriat, en ouvrant sa première boutique. « Un projet que je n'aurais jamais pu concrétiser sans la complicité de mon épouse Monja », confie-t-il. « Nous nous sommes installés à Annemasse, car nous étions dans la région depuis 1997. Nous avons repris La Marquisette, ancienne pâtisserie bien connue et spécialiste du vacherin. La superficie de ce commerce était idéale pour nous deux et le laboratoire était bien entretenu », poursuit-il. Sébastien Lesage se met à proposer des gâteaux modernes et quelques classiques « revisités », comme le baba au rhum et la tartelette citron, des bombes glacées (venant remplacer le vacherin), des galettes des rois de forme carrée et bien d'autres tentantes gourmandises. « Afin de ne pas tomber dans la routine, j'ai choisi de renouveler la carte tous les six mois. Cette démarche a convaincu une nouvelle clientèle et le bouche-à-oreille a bien fonctionné. »

En novembre 2005, les époux Lesage obtiennent le Grand Prix de la Dynamique Artisanale.

### UN PREMIER CONCEPT NOVATEUR PAR MICHEL FOUQUET

En juillet 2007, ils réalisent leur projet de rénovation complète du magasin, autour d'un concept novateur, avec l'aide de l'architecte Michel Fouquet. En août 2010, Sébastien Lesage ouvre un laboratoire de 180 m<sup>2</sup> dédié à la fabrication des macarons et chocolats (qu'il revendra en 2019). En juin 2015, il crée une seconde boutique, avec salon de thé, à Genève. « Dans le quartier d'affaires genevois, je vendais davantage de petits déjeuners et de formules

déjeuners que de pâtisseries ! Le Genevois n'a pas l'habitude de recevoir chez lui... Tant et si bien que l'activité commerciale n'a jamais décollé », commente Sébastien Lesage qui revendra l'affaire, le 31 décembre 2020.

### UN NOUVEL ÉCRIN, AVEC UN SALON DE DESSERTS

Auparavant, il décide de se séparer de la première boutique, 9, rue Fernand-David à Annemasse, pour emménager place Jean-Jacques-Rousseau, derrière la mairie. Il reprend une pâtisserie, mise aux enchères. « J'ai opté pour cette nouvelle implantation qui me permettait de créer un salon de desserts sur le domaine public, avec redevance annuelle à la ville. Celui-ci venant en totale complémentarité avec une boutique toute neuve. Nous avons ressollicité Michel Fouquet pour imaginer



un univers contemporain et épuré, très réussi », affirme Sébastien Lesage qui ouvre le magasin le 14 mars 2019. Entre les travaux, l'aménagement et le mobilier, l'investissement s'élève à 500 000 € et deux emprunts bancaires sur sept ans sont nécessaires. Les époux Lesage captent toujours une clientèle fidélisée d'Annemasse, des alentours et de Suisse, et le salon de desserts attire de nouveaux clients, ravis de découvrir les merveilleuses gourmandises.

Le professionnel propose dix sortes d'entremets dont sept nouveaux, tous les six mois, dix-huit variétés de petits gâteaux dont dix nouveautés, également tous les six mois, et six tartes différentes, dont quatre nouvelles à chaque saison (voir notre zoom sur les fabrications et les meilleures ventes).

## PRODUITS SANS GLUTEN, EMBALLAGES PRÊTS À L'AVANCE

« Depuis cinq ans, la clientèle demande des produits sans gluten et sans fruits à coque », constatent les époux Lesage. D'où la création de la macaronade framboise, des entremets Emelza, Fleur de Sel, Orange Mécanique, Sensation ou encore Automne. Quant aux macarons proposés depuis 2004, ils représentent 15 % des ventes, avec un choix de quinze sortes, vendues à l'unité, en coffrets de 8, 16 et 24 pièces et en pyramides de 24, 40 et 60 pièces. « Les classiques se vendent bien, mais des saveurs plus originales comme la verveine ou le carambar sont aussi appréciées », fait remarquer Monja Lesage.

Les petits fours secs sont commercialisés dans des tubes transparents tout prêts et les produits de grignotage remportent également du succès : crok'télé, orangettes, mendiants, florentins, gingembres confits, noisettes et amandes enrobées...

## SURFER SUR LES TENDANCES, DU PICKING À L'APÉRITIF

« Je suis en quête d'un chocolatier, notamment pour développer les produits de picking. Si, à terme, la partie chocolaterie pouvait représenter 20 % du chiffre d'affaires, ce serait formidable... », poursuit le professionnel qui surfe aussi sur la tendance des muffins, brownies et cookies, mis en place pour le salon de desserts, et sur l'engouement pour la pâte à tartiner au caramel beurre salé. Les quatre sortes de cakes de voyage, aux saveurs renouvelées (pomme, citron, marron, gianduja...), sont, en outre, des valeurs sûres, aux côtés des confitures, aux dix parfums, fabriquées par Monja et des torsades feuilletées « Nos glisses », lancées en 2001. Présentés dans des tubes transparents, ces produits apéritifs sont déclinés en trois saveurs : nature, sésame et pavot. Côté chocolaterie, on trouve vingt-quatre sortes de bonbons de chocolat. Parmi les bonnes ventes : Emelza 72 %, Tanzanie 75 %, les pralinés amande et noisette, la ganache fruits de la passion.

## DES TABLETTES CARRÉES AUX BOMBES GLACÉES

Les tablettes carrées, soit seize variétés, présentées dans une bibliothèque, se déclinent en grands crus, en chocolat noir, lait et blanc, avec pour meilleures ventes : Emelza 72 %, Tanzanie 75 %, Mexique 66 %, Malchoc noir 54 % et lait 41 % pour les diabétiques. En septembre prochain, Sébastien Lesage devrait proposer du chocolat à la casse, une tendance en plein essor chez les Pâtisseries.

En matière de glacerie, on trouve six parfums de sorbets et six autres pour les crèmes glacées. L'été, au salon de desserts, les coupes glacées font fureur. De mai à septembre, les entremets glacés se déclinent en bombes glacées aux saveurs fruitées et il y en a toujours une sans gluten. Enfin, la corbeille nougatine, garnie de sorbets, glaces et macarons, reste indétronable.

## NOUVEAUTÉS ET VENTES ADDITIONNELLES

À l'heure de la Covid-19, les époux Lesage s'adaptent au contexte, tout en avançant avec prudence. Il leur a fallu réduire la gamme des entremets et petits gâteaux, pour rationaliser la production, avec la collaboration d'une plus petite équipe. Rappelons que lorsqu'il possédait la première boutique et deux laboratoires, Sébastien Lesage a employé jusqu'à 18 personnes. « Il importe aussi de jouer la carte de la rentabilité et des deux à trois saveurs maximum, tout en apportant des nouveautés, chères aux clients. Le renouvellement des fabrications se fait avec toute l'équipe, lors des essais de saveurs et textures, et des dégustations. Il faut également miser sur les ventes

additionnelles grâce aux produits pré-emballés », considère Sébastien Lesage, par ailleurs convaincu du bien-fondé d'un site internet marchand. « Grâce à celui-ci, tous les moulages de Pâques 2020 ont été vendus, avant d'être livrés par mes soins. Lors du premier confinement, bon nombre de personnes ont commandé en ligne nos produits. Les clients ont gardé cette habitude et ils viennent, en boutique, retirer leurs commandes », constatent les époux Lesage.

## UN LABORATOIRE EN PÉRIPHÉRIE, POURQUOI PAS...

Ils attendent avec impatience la réouverture du salon de desserts qui permet de réaliser 15 % du chiffre d'affaires. Habituellement, ce lieu accueille les gourmands, du mardi au samedi, de 8 h 30 à 19 h, et un brunch, sous forme de buffet, est même proposé le samedi. Avec la Covid-19, les époux Lesage se sont mis à la vente à emporter des plats du déjeuner, en particulier des tartes salées, bowls et soupes de la cheffe. Cette initiative devrait perdurer en période post Covid-19.

Lors de la réouverture du salon de desserts, Monja et Sébastien Lesage souhaitent fêter les vingt ans de leur implantation à Annemasse, en proposant, chaque mois, un « best-seller », en taille unique pour six personnes. Et pour mettre l'eau à la bouche des gourmands, il y aurait une dégustation mensuelle, en version individuelle. Enfin, ils ont toujours des projets en tête. Ainsi, après la crise sanitaire, ils envisagent de créer un laboratoire plus vaste, en périphérie, avec un point de vente, afin de développer la chocolaterie et la confiserie. Quelle belle idée !



# ZOOM SUR LES FABRICATIONS

DE 4,10 € À 4,90 €



- 1 **1000 MARRONS**  
pâte feuilletée caramélisée, crémeux vanille brisures de marron, mousseline marron, crème de marron.
- 2 **TARTELETTE FRAMBOISE**  
galette bretonne, crème légère vanille, framboises fraîches.
- 3 **TARTELETTE CITRON**  
pâte sablée amande, crème citron, meringue.
- 4 **PRALI'CHOUX**  
pâte à choux, cœur coulant praliné noisette, ganache montée praliné noisette.
- 5 **MACARONADE**  
biscuit macaron, crème légère litchi, framboises fraîches.

- 6 **ST-HO CHOC'**  
pâte sablée amande, marmelade clémentine, confit mandarine, ganache chocolat noir, chantilly mascarpone.
- 7 **TROIS CHOCOLATS**  
croustillant praliné feuilletine, crémeux chocolat noir café, mousse chocolat blanc et lait.
- 8 **SENSATION**  
biscuit moelleux chocolat, crémeux framboise, caramel coulant, mousse chocolat noir.
- 9 **FRAÎCHEUR**  
biscuit madeleine, gelée citron vert, crémeux estragon, mousse de fruit citron jaune.





- TARTE TEXAS 10**  
 pâte sablée amande, praliné noix de pécan, ganache montée vanille.
- EMELZA 11**  
 croustillant Cara Crakine, crémeux chocolat au lait, biscuit chocolat sans farine, mousse chocolat Emelza 72%.
- CAPPUCCINO 12**  
 moelleux café, croustillant praliné, crémeux café blanc, mousse gianduja lait.
- FEUILLETINE 13**  
 biscuit amande, croustillant praliné amande, mousse chocolat noir 62%.
- AUTOMNE 14**  
 moelleux noisette, pommes caramélisées, confit de coing, mousse au marron.
- POMME TATIN 15**  
 crumble vanille, pommes caramélisées, crème légère mascarpone.
- ORANGE MÉCANIQUE 16**  
 sablé basque, crémeux orange sanguine, biscuit casino, mousse chocolat lait.
- FLEUR DE SEL 17**  
 sablé breton chocolat, caramel exotique fleur de sel, biscuit chocolat, mousse chocolat noir 70%.
- BALI 18**  
 linzer, ganache montée thé Bali, biscuit madeleine, compotée exotique.

## REPÈRES

- **Adresse** : 8, place Jean-Jacques-Rousseau, à Annemasse.
- **Superficies** : laboratoire de 60 m<sup>2</sup>, boutique de 60 m<sup>2</sup>, salon de desserts de 30 m<sup>2</sup> (28 places à l'intérieur, 30 en terrasse), cuisine de 30 m<sup>2</sup>, espace de stockage-bureaux de 30 m<sup>2</sup>.
- **Effectif** : au laboratoire, Sébastien Lesage, Noémie, Chef de laboratoire, Valentin, second en Pâtisserie, trois apprentis, Cyril, Axelle (BTM Pâtissier) et Valentin (CAP Pâtissier), deux stagiaires, Manon et Margaux. À la boutique, Monja Lesage avec Emmanuelle, vendeuse à mi-temps, Céline et Marie au salon de desserts et Catherine, cuisinière.
- **Répartition du chiffre d'affaires** : 40 % avec la Pâtisserie, 15 % avec la Chocolaterie, 15 % avec les macarons, 15 % avec le salon de desserts, le reste, avec la Glacerie et l'offre déjeuner au salon de desserts.
- **Parmi les fournisseurs** : Barry, Weiss, fournisseurs locaux pour le salon de desserts (fruits, légumes, viande, poisson).
- **Membre de Tradition Gourmande, depuis septembre 2018.**

## UN MEMBRE DE TRADITION GOURMANDE QUI AIME ÉCHANGER, PARTAGER ET TRANSMETTRE SON SAVOIR-FAIRE

« Je voulais devenir boulanger ou Pâtissier ! »  
 Finalement, après le BAC Hôtelier au lycée du Touquet, Sébastien Lesage, originaire de Picardie, obtient le CAP Pâtissier-Chocolatier-Glacier-Confiseur à l'école hôtelière de Bazeilles en juin 1995. Puis, après un bref passage chez Richet à Senlis, il est embauché, en février 1997, comme Chef Pâtissier au château de Divonne-les-Bains, auprès de Michel de Matteis, M.O.F. Cuisine 1991. « Le restaurant possédait une étoile Michelin, ce fut une enrichissante expérience, j'y suis resté deux ans. » Sébastien Lesage officie ensuite, en tant que responsable entremets et petits gâteaux, à la confiserie Cartier à Versoix Genève, où il reste deux ans. Les concours font aussi partie de son parcours professionnel, du championnat suisse du dessert à Lausanne (Truffe d'argent) à la sélection française pour la Coupe du Monde de la Pâtisserie à Lyon en 2009 (finaliste) et 2013, en passant par le challenge

des Mains d'Or (3<sup>e</sup> prix chocolat) et la sélection française World Chocolate Masters à Paris (finaliste 2005). En mars 2012, le voilà ambassadeur Cacao Barry. En 2014, il se voit récompenser de quatre tablettes par le Club des Croqueurs de Chocolat dans le guide des meilleurs artisans chocolatiers recensés et testés en France, et à l'international. Après avoir fait partie de Sensibilité Gourmande, Sébastien Lesage a intégré l'association Tradition Gourmande en septembre 2018. « C'est l'occasion de sortir du laboratoire, d'échanger et de partager des idées, recettes et procédés de fabrication. Je pioche ainsi parmi mille et une idées, pour apporter des nouveautés au sein de l'entreprise. » Enfin, ce passionné s'implique dans la transmission du savoir-faire, en accueillant deux à trois apprentis dans son laboratoire et ce, depuis 2001.



## PETIT GÂTEAU

### 3 Chocs

Lancé en 2001, le 3 Chocs est composé d'un croustillant praliné, d'un crémeux chocolat noir café, d'une mousse chocolat blanc et lait. « Je souhaitais proposer un gâteau avec les trois saveurs de chocolat. Le succès a été immédiat grâce au bouche-à-oreille. Il s'agit d'une valeur sûre qui se vend bien toute l'année et qui est très appréciée au salon de desserts », souligne Sébastien Lesage qui utilise du chocolat Barry noir 64 % et lait 37 %. L'étape technique délicate concerne le crémeux chocolat noir café : il ne faut pas trop faire infuser les grains de café. Quant à la rentabilité, elle s'avère bonne : les matières premières sont peu onéreuses, la fabrication se fait par série de 220 pour le petit gâteau et de 30 pour l'entremets, et ne nécessite pas un gros travail de main-d'œuvre. Prix de vente : 4,40 € (à emporter) et 5,50 € (sur place). Le 3 Chocs est décliné en entremets pour 4, 6, 8 et 10 personnes (22 € à 55 €) et en bûche.

## BONBON CHOCOLAT

### Emelza

Emelza est le nom de la couverture de chocolat réalisée en collaboration avec Barry. C'est aussi un clin d'œil aux prénoms des filles des époux Lesage : Emma et Elza.

Cette couverture est le fruit d'un assemblage de fèves de Sao Tomé, Madagascar et Tanzanie. « Je souhaitais un chocolat noir fruité et légèrement fumé. Depuis son lancement en 2010, la ganache Emelza 72 % plaît beaucoup aux amateurs de chocolat noir, parmi lesquels une clientèle locale et suisse », affirme Sébastien Lesage.

La rentabilité s'avère moyenne, car il utilise une couverture personnalisée. Ce bonbon de chocolat sérigraphié est fabriqué avec le reste de la gamme, soit 3000 bonbons quatre fois par an. Rien qu'en décembre, 2000 sont confectionnés. Emelza se retrouve dans les coffrets de 24, 48 et 72 chocolats, en napolitains (9 € es 100 g), en tablette de 90 g (4,50 €). La couverture est également utilisée pour le petit gâteau et l'entremets.



## PÂTISSERIE SÈCHE

### Financiers nature et framboise

En 2001, Sébastien Lesage décide de lancer un produit traditionnel, rapide à réaliser et très rentable, et il décline ainsi le financier, en deux versions : nature et framboise. Le financier est tout simplement composé de beurre noisette (bien surveiller la cuisson), blancs d'œufs, sucre, poudre d'amande, farine, framboises fraîches et entières (pour la seconde version). « Les deux variétés plaisent bien aux gourmands. Les financiers se vendent en sachets transparents de 12 pièces pour 4 €. En outre, au salon de desserts, nous offrons toujours un petit financier avec le café », indique Sébastien Lesage. Les financiers sont très rentables : les matières premières sont peu onéreuses et la fabrication est simple. La cuisson est exécutée tous les matins, du mardi au samedi, par série de 90 pour chaque variété. Lors de la réouverture du salon de desserts, Sébastien Lesage a l'intention de relancer des variantes (pistache, café, chocolat...) et il commercialisera l'assortiment dans des tubes.



## PRODUIT LE PLUS RENTABLE

### Prali'choux

Depuis quatre ans, Sébastien Lesage propose toujours une recette à base de pâte à choux. Avec le Prali'choux, lancé en octobre 2020, il revisite un classique de la pâtisserie, le paris-brest, en misant sur la forme d'un chou. Sa composition ? Une ganache montée praliné noisette du Piémont et un cœur coulant praliné noisette (avec des grains). Il faut veiller à ce que la ganache montée ne soit pas trop ferme et faire attention à obtenir une pâte à choux bien régulière. Le Prali'choux est très rentable : peu de matières premières et de main-d'œuvre. Ce produit individuel ultra gourmand se vend très bien au salon de desserts. Prix à emporter : 4,40 € et sur place : 5,50 €.



## ENTREMETS

### Tarte Texas

La tarte Texas date d'octobre 2020. Ce produit a été lancé à l'issue d'une dégustation qui a fait l'unanimité de l'équipe. La clientèle a vite adhéré. Sébastien Lesage fabrique le praliné avec des noix de pécan, d'où le nom attribué à cette tarte composée d'une pâte sablée amande, d'un praliné pécan, d'un biscuit vanille et d'une ganache montée vanille. Il faut veiller à ne pas trop monter cette ganache, afin qu'elle reste onctueuse. Il importe également de faire attention à la caramélisation des noix de pécan pour le praliné, en l'occurrence, ne pas trop cuire le caramel.

Cette fabrication reste rentable, malgré le prix de revient plus élevé, lié à l'utilisation des noix de pécan et de la vanille de Madagascar, et au travail de pochage de la ganache montée. La fabrication de la tarte Texas se fait en série de 20 grandes tartes et de 200 tartelettes.

Prix de vente du petit gâteau : 4,40 € (à emporter) et 5,50 € (sur place), pour les entremets 4 personnes : 22 € et 6 personnes : 33 €.

# CÔTÉ MAGASIN

« Le premier bonjour, l'accueil personnalisé et les conseils avisés, des ingrédients à succès »



D'origine allemande, Monja Lesage a suivi des études linguistiques (anglais, français, italien), et elle a fait ses armes dans le métier en travaillant au salon de thé de la confiserie Cartier, à Versoix Genève. Très impliquée dans l'activité de la boutique d'Annemasse, elle œuvre avec une sympathique équipe : Emmanuelle, vendeuse à mi-temps, Céline et Marie, employées au salon de desserts et Catherine, cuisinière. Monja Lesage accorde une grande importance « au premier bonjour, à l'accueil personnalisé et aux conseils avisés », pour fidéliser la clientèle. Avec spontanéité, elle s'est livrée au jeu des questions-réponses.

## COMMENT METTEZ-VOUS EN VALEUR LES FABRICATIONS ?

La mise en valeur des fabrications est grandement facilitée grâce à l'écrin contemporain et épuré, signé Michel Fouquet, et les gâteaux sont tellement beaux qu'ils se vendent presque tout seuls ! Les vitrines garnies, bien visibles depuis l'extérieur, constituent une accroche immédiate pour les passants. Nous avons, en effet, une vitrine à entremets et une vitrine à thème (Noël, Pâques, Saint-Valentin...) et à glaces (mai à septembre).

Une fois dans la boutique, le client se retrouve directement face à une grande banque en forme de U. Il peut d'emblée découvrir les petits gâteaux contemporains et les classiques « revisités », et, un peu plus loin, les macarons, cakes de voyage, mini-financiers, muffins, brownies, cookies et viennoiseries. En période hors Covid-19, le client a la possibilité de déambuler tout autour de cette banque et le libre-service est pratiqué, du côté de la bibliothèque à tablettes et des multiples rayons et niches où j'alterne l'emplacement des produits fabriqués : petits fours secs, orangettes, mendiants, pâtes à tartiner, confitures... Je mets, près de la caisse, tout ce que j'ai besoin de vendre et les produits partent bien, comme les nounours guimauve ou les tubes de crème de marron.

## COMMENT GÉREZ-VOUS LES EMBALLAGES ?

Une zone de 30 m<sup>2</sup> est dédiée au stockage de tous les emballages et elle est toujours bien remplie ! Depuis la Covid-19, je privilégie les fournisseurs français, même si les emballages sont plus onéreux. Je passe des marchés annuels et, si besoin, des réassortiments sont effectués.

La société Thibault Bergeron fournit les boîtes pâtisseries de huit tailles (avec QR Code), les boîtes à macarons de trois tailles, les boîtes carrées pour la confiserie chocolatée très prisées pour les cadeaux d'affaires de fin d'année.

À partir de 2022, j'opterai pour les coffrets chocolat

de chez Thibault Bergeron, après avoir écoulé ceux qui sont fabriqués en Chine... Chez C2 Pack, j'achète les pyramides à macarons et les tubos transparents pour les moulages de Pâques. Les sacs cabas personnalisés viennent des Ets Jacques Emballages et les sacs kraft de chez Schneider.

La clientèle souhaite non seulement des emballages qui soient jolis, mais aussi éco-responsables. Ainsi, une réflexion est en cours afin de remplacer les emballages plastiques des produits de grignotage par un packaging éco-responsable, fourni par Thibault Bergeron.

En outre, de plus en plus de clients reviennent avec nos boîtes à macarons à tiroirs, que nous regarnissons. Certains apportent aussi leurs contenants design que nous garnissons à leur convenance.

## QUELLES SONT VOS MEILLEURES ASTUCES DE VENTE ?

Je me refuse à prendre des commandes de fabrications qui n'intègrent pas les produits de saison ! Il faut privilégier le goût et toujours le goût... Afin de mieux vendre, il est important de rappeler que nous utilisons des ingrédients de qualité. Lorsqu'un client n'a pas d'idée précise pour un entremets, je fais la promotion de toute la gamme et je lui indique les gâteaux les plus vendus. Lorsqu'une personne souhaite plutôt un entremets chocolaté, je n'hésite pas à proposer aussi la gamme fruitée, sans pour autant faire du forcing, pour qu'il s'engage dans un autre acte d'achat. Avec certains clients, une véritable relation de confiance s'est instaurée, tant et si bien que ces derniers me disent : « Choisissez le gâteau que vous préférez ! » Ainsi, je me fais plaisir en vendant ce que j'aime déguster, entre autres, les entremets chocolat et les tablettes.

## LES CLIENTS SONT-ILS PLUS EXIGEANTS AUJOURD'HUI ?

Le client souhaite un accueil personnalisé et il est ravi que l'équipe de vente se souvienne de ses achats. Certaines personnes viennent chez nous avec des idées piochées sur la toile et désirent, tout de suite, des fabrications qui exigent du temps de réalisation. Ce que nous essayons de leur faire comprendre... Les commandes sont passées de plus en plus tard,



alors qu'elles devraient l'être 48 heures à l'avance. Heureusement, nous parvenons à anticiper la production nécessaire en petits gâteaux et entremets, en particulier les plus gros jours : le vendredi et le samedi. Au salon de desserts, les clients sont soucieux de la provenance des ingrédients entrant dans la composition des plats servis au déjeuner : tarte salée, buddha bowl, suggestion du marché... Nous favorisons donc la qualité et les circuits courts.

## QUELLE EST VOTRE MEILLEURE VENTE AU SALON DE DESSERTS ?

Le salon de desserts est un bel endroit pour passer un bon moment de convivialité et de détente. Nous conseillons les fabrications et les boissons, comme les délicieux thés Althaus. Le client se fait toujours plaisir avec un petit gâteau, joliment présenté sur assiette, avec un coulis ou une glace, en période estivale. C'est la meilleure vente au salon de desserts.

## ET VOTRE MEILLEUR SOUVENIR DE VENTE ?

En juin 2018, le lendemain de l'émission « Le Meilleur Pâtissier Professionnel » sur M6, j'ai vu déferler des personnes venant de tout le département pour acheter le Brut de pom' de Sébastien Lesage, Nicolas Guillaume et Pierrick Challamel. Le mardi, des dizaines de pièces se sont vendues comme des petits pains. J'étais toute seule à la boutique, quelle journée mémorable ! L'engouement a perduré durant tout le mois de juin. Ce fut vraiment une période intense, mais géniale.

## UTILISEZ-VOUS LES RÉSEAUX SOCIAUX ET POURQUOI ?

Grâce aux réseaux sociaux, l'impact est immédiat et nous avons des retombées au niveau des ventes. Aussi, nous publions l'actualité de l'entreprise, deux fois par semaine, sur Facebook et Instagram : photos et/ou vidéos dans les coulisses du laboratoire, au sein de la boutique, zoom sur les nouveautés... À titre d'exemple, pour la Saint-Valentin, nous avons mis en avant, sur Facebook, un menu spécial vendu en ligne, avec click & collect. Trois minutes après, nous avions déjà une commande. L'initiative a bien fonctionné, puisque nous avons vendu 60 menus, avec la collaboration d'un fromager et d'un caviste. Avant Pâques, nous avons posté une photo de la petite friture maison en cours de fabrication et, aussitôt, un client s'est rendu à la boutique pour en acheter. Mais c'était un peu trop tôt et nous lui avons conseillé de revenir la semaine suivante. Faute de repartir avec la petite friture, du coup, il a craqué pour une boîte de macarons ! Enfin, relancer des initiatives sur les réseaux sociaux peut contribuer à booster les ventes, à l'instar de la tarte éphémère du week-end, opération qui sera sans doute reconduite.

