



Multiplication d'initiatives pour vendre le «made in France» culinaire !

Véritables produits plaisirs, les aliments fins et gourmets continuent de séduire les consommateurs. À tel point que certains produits relativement confidentiels sont aujourd'hui commercialisés en grandes surfaces alimentaires. Ces dernières, en élargissant leurs gammes dédiées, notamment via leurs MDD

thématiques (Carrefour Sélection, Casino Délices, U Saveurs), tendent à banaliser l'offre des épicerie fines. Ces spécialistes doivent également faire face à la concurrence croissante des sites marchands de produits du terroir (Aquarelle-Gourmand.com, Bienmanger.com, Leonfargues.fr...) et aux boutiques monoproduit (Oliviers & Co, Kusmi Tea...).

La riposte est en marche

Il faut dire que les marchés de l'épicerie fine et des produits alimentaires haut de gamme ne se sont jamais aussi bien portés (5 Mds€ de CA). Une situation qui devrait perdurer*... et les acteurs du secteur voient leur CA progresser de 2% en 2016 (après 1,5% en 2015), alors même que les ventes en volume resteront sous tension. Pour faire face à la concurrence de la grande distribution, qui truste 85% des ventes en valeur de saumon fumé et de foie gras par exemple, les acteurs traditionnels cherchent de nouvelles pistes

Carré Français teste son concept haut-de-gamme à Rome

Rome accueille depuis début septembre un lieu dédié à la création culinaire française, qui a naturellement trouvé sa place dans le quartier Prati, ce lieu dédié au savoir-faire traditionnel, imaginé par le boulanger angevin Michel Galloyer, 70 ans, président fondateur du groupe Le Grenier à Pain (23 M€ de CA, 35 boulangeries en France et 24 à l'étranger).



Michel Galloyer, cofondateur du Carré Français

«Amoureux des bons produits, cela fait des années que j'avais en tête la création d'un lieu implanté à l'étranger dans lequel on pourrait retrouver les produits du quotidien français comme le pain, le vin, les fromages...». Pour mener à bien son projet, le boulanger s'est associé à des artisans qui, comme lui, visent l'excellence : Jean-Noël Julien, boulanger originaire de Normandie ; François Polmard, éleveur de «blondes d'Aquitaine»

et boucher ; Alex Rondouin, caviste déjà installé à Paris et Hong Kong ; Alexandre Viron, minotier. À la fois magasin, épicerie fine, bar, bistrot, site d'expositions, le Carré Français vend «des produits exclusivement français», explique le boulanger. le projet, qui a nécessité un investissement de 1,15 M€, devrait faire des petits. «Si nous atteignons l'objectif fixé de 2 M€ de CA, nous



ouvrirons rapidement un 2^{ème} établissement, toujours en Italie, probablement à Milan». De quoi offrir aux Italiens une immersion totale dans les saveurs «made in France», avant d'aller à Londres ou Berlin.



L'ex P-DG de Bonpoint veut essaimer ses épiceries provençales aix&terra

Richard Alibert, 50 ans, ex-P-DG de Bonpoint, et son épouse Marina Alibert, ancienne responsable du Spa Nuxe du Printemps Haussmann, découvrent en 2010 aix&terra, une petite boutique d'Aix-en-Provence. Le couple vient de quitter Paris pour s'installer en Drôme provençale. Amoureux de la région, ils tombent sous le charme de l'épicerie avec ses verrines bigarrées et ses recettes artisanales. Richard, né à Marseille et petits-fils d'épiciers, y retrouve l'atmosphère du comptoir provençal de ses parents ; Marina, originaire de Barcelone en Espagne, la gaieté solaire du Sud. Ils rachètent la boutique, avec l'envie de magnifier à travers la marque aix&terra la créativité culinaire de Provence. Le duo œuvre dans ce sens pendant 5 ans et le succès est au rendez-vous : l'entreprise (700.000 € de CA) produisant 400 pots par jour ! L'atelier de production devenu trop petit, ils font construire, avec l'aide de Henri Fauqué, maire de Saulce-sur-Rhône, une manufacture financée par l'Europe, le département et la région. En contrepartie, ils louent le terrain à la commune, créent 25 emplois sur 3 ans et fait travailler les producteurs locaux. La boucle est bouclée

lorsque Julien Allano, chef étoilé du restaurant Le Clair de la Plume à Grignan, devient le parrain de la manufacture. Après 6 mois de travaux et 1 M€ d'investissement, la manufacture est inaugurée en juillet, un rêve qui se réalise pour le couple. «*Depuis longtemps, nous avions envie d'accueillir nos clients afin de leur montrer comment sont confectionnées les crèmes, pâtes à tartiner et confitures...*». Vitrine d'un vrai savoir-faire, la manufacture va permettre d'accélérer le développement de la PME provençale. «*Nous souhaitons approcher les 5 M€ d'ici 3 ans. Et l'export pourrait représenter 40%*».



Richard et Marina Alibert, fondateurs d'aix&terra

Ouvertures à foison

L'art de vivre gourmand de Les Fermes de Gally

Agricultrice en Île-de-France depuis 1746, la famille Laureau a développé les activités de l'entreprise familiale, de la production agricole à la cueillette en libre-service. La petite jardinerie est ainsi devenue une PME de 500 personnes qui perpétue la tradition de cultiver et de vendre sur place. Dirigée par Dominique et Xavier Laureau, 64 et 54 ans, l'enseigne Les Fermes de Gally (50 M€ de CA) franchit une nouvelle étape en misant sur l'art de vivre gourmand avec l'ouverture d'un nouveau point de vente de 800 m² situé à Feucherolles, dans les Yvelines, composé d'un marché, d'une épicerie (2.800 références triées sur le volet) et d'un café.



La Grande Épicerie voit double

La Grande Épicerie de Paris, filiale de LVHM (30,6 Mds€ de CA), comptera en 2017 une seconde implantation. Figure emblématique des gourmets de la rive gauche, la Grande Épicerie s'installera sur 2.700 m², à la place de Franck et Fils, une autre enseigne du groupe, dans le XVI^{ème} arrondissement.



Les frères Gardinier offrent du caviar à Taillevent

Fondé au début des années 80 par Xavier Gardinier, le groupe Gardinier & Fils (20 M€ de CA), aujourd'hui dirigé par les 3 fils du fondateur, (Thierry, 55 ans, Stéphane, 52 ans, et Laurent, 48 ans), s'est fixé comme objectif de devenir l'un des fleurons de l'art de vivre français. Propriétaire du Château Phélan-Ségur à Saint-Estèphe, du Relais & Châteaux «Domaine Les Crayères» à Reims et de la maison Taillevent (constituée du restaurant Le Taillevent, de la brasserie Les 110 de Taillevent et des boutiques Les Caves de Taillevent), le groupe



Thierry, Laurent et Stéphane Gardinier

familial renforce son pôle gastronomie avec l'acquisition de Comptoir du Caviar, maison fondée en 1991 par Caroline et Philippe Chauvin. Avec 12 salariés et 5,6 M€

de CA, cette entreprise spécialisée dans les produits de la mer, située dans les Yvelines, fournit les professionnels de la gastronomie. Pour Laurent Gardinier, président du groupe, cette acquisition a deux objectifs : «*Depuis le rachat de la maison Taillevent en 2011, nous souhaitons développer les boutiques et les espaces sous marque Taillevent avec, entre autres, du caviar et des produits de la mer. Pour une maison d'excellence comme Taillevent, il est important de maîtriser la qualité, ce que fait parfaitement Comptoir du Caviar. Parallèlement au B to B, nous souhaitons développer des produits sous marque Comptoir du Caviar à destination des particuliers*». Une première boutique devrait ainsi voir le jour boulevard Malesherbes à Paris. À terme, l'objectif est de constituer un réseau en France et à l'international, en déployant parallèlement à travers le monde le concept de la brasserie œnologique «Les 110 de Taillevent», dont la première implantation vient d'être inaugurée à Londres.

