



cocciNews



Le journal des réseaux Coccinelle et CocciMarket
Janvier 2009 - n°58



Reportages

Supermarché Coccinelle
Althen-les-Paluds

Supermarché Coccinelle
Marseille Grande Rue

Supermarché Coccinelle
Argenton-sur-Creuse

Dossier

Bontà Divina spécialiste
des desserts pâtisseries frais

+ 2 suppléments : cocciF & L et cocciZoom

Supermarché Coccinelle Althen-les-Paluds (84)



Ce supermarché Coccinelle, inauguré en septembre 2008, a été construit en bordure du village d'Althen-les-Paluds, une commune dortoir, située à une vingtaine de kilomètres d'Avignon dans le Vaucluse. Il dispose d'un parking de 30 places.



L'histoire de ce supermarché de 450 m², démarre en 2006 lorsque Alice et Philippe Blaise, qui exploitent un magasin Coccinelle de 180 m² au centre d'Althen-les-Paluds, décident d'en construire un plus grand. La petite bourgade qui comptait 1 600 habitants lorsqu'ils avaient racheté leur point de vente aux parents de Philippe en 1991, a grandi et en recense désormais 2 400 ! Le premier concurrent, un Champion de 1 000 m², étant à 3 kilomètres, il fallait occuper le terrain avant qu'un autre ne s'installe...

Aidé par l'équipe du Mistral au sein de laquelle Alice a travaillé dix ans, le couple monte son projet puis contacte la municipalité pour essayer d'activer sa réalisation. Vite convaincu de l'intérêt de ce projet qui offrait un supermarché de proximité à sa commune, le maire propose un site, le parking de la salle des fêtes. Le soutien de la mairie va faciliter également les formalités administratives notamment l'obtention du feu vert de la CDEC, nécessaire alors pour la construction d'une surface supérieure à 300 m². L'obligation de réaliser un nouveau parking pour la salle de fêtes avant de libérer le terrain pour construire le nouveau supermarché, va retarder un peu le démarrage des travaux qui commenceront en mai 2008. Quatre mois plus tard, ils sont achevés et le magasin est inauguré le 24 septembre. Clair, spacieux, visible de loin, il propose plus de 6 000 références alimentaires. Comme dans l'ancien magasin, le rayon boucherie-charcuterie-traiteur (géré par Philippe dont c'est le métier) attire une clientèle fidèle et contribue à augmenter le panier moyen qui atteint déjà 23 €. Largement dans ses objectifs de chiffre d'affaires, soutenu par l'équipe du Mistral qui l'a aidé (entre autres) pour l'implantation des nouveaux rayons, le couple est très satisfait. « Notre supermarché Coccinelle correspond tout à fait à ce que l'on voulait » affirme Alice. « Nous travaillons dans de meilleures conditions et je n'ai pas eu de difficultés particulières pour m'adapter à cette nouvelle surface. L'important, c'est avant tout d'avoir une bonne équipe. Nous avons une employée dans l'ancien magasin, nous sommes désormais 9 et je consacre beaucoup de temps à la formation du personnel car je pense qu'il est primordial de savoir écouter, conseiller et assister nos clients ».

« Ce magasin correspond tout à fait à ce que l'on voulait ! »



Situé à moins de 500 mètres du centre d'Althen-les-Paluds, en face d'une école et tout près de la salle des fêtes, le supermarché offre **une façade originale qui met bien en valeur l'enseigne.** La partie supérieure de l'édifice abrite les bureaux.

Le rayon boucherie traditionnelle est géré par Philippe Blaise, boucher de métier, aidé par un intérimaire. Moteur du magasin, **il est animé par une communication soutenue et importante qui propose chaque jour des promotions variées, très intéressantes** et chaque semaine des lots qui fonctionnent très bien.



Nouveau rayon, la cave à vins devrait vite devenir le deuxième point fort du magasin. Son agencement et son offre très large, mise en valeur par un éclairage spécifique, plaisent beaucoup aux clients qui apprécient également les animations régulières **organisées** pour le faire découvrir, comme la mise en avant de crus locaux.



Le supermarché Coccinelle d'Althen-les-Paluds propose plus de 6 000 références en alimentaire parmi lesquelles les gammes Belle France et Délices de Belle France, qui marchent très bien, occupent une large place. La crèmerie et la charcuterie L.S. sont présentées dans des meubles à six ou sept niveaux, en fonction des références.

Alice et Philippe Blaise voulaient un point de vente spacieux et bien éclairé. Le supermarché Coccinelle a été doté d'allées larges, dans lesquelles il est facile de circuler. Quant à l'éclairage, il a été étudié pour qu'aucun coin ou recoin du magasin ne reste dans l'ombre. Dans ce but des rampes de néon ont été installées au-dessus de chaque allée.



Comme la cave à vins et la boucherie, le rayon fruits et légumes et les bacs surgelés sont mis en valeur par un éclairage d'accentuation. Il s'agit de spots équipés de lampes à iodeure métallique ou sodium, disposés sur des rails avec un espacement de 1 m à 1 m 20. La puissance des lampes est de 35 ou 70 watts en fonction de la hauteur du magasin.



Le point chaud permet de proposer à la clientèle du pain frais tout au long de la journée. Les pains et les viennoiseries sont cuits dans le four à convection d'air Avery Bake Star de Berkel. Sa technologie très performante réduit le temps de cuisson et donne des résultats très réguliers grâce à l'homogénéité de la chaleur. Le client n'est jamais déçu.



Promotions permanentes, animations régulières, carte fidélité, tout est fait dans ce magasin pour attirer de nouveaux clients et les retenir. Si l'ancien Coccinelle ne travaillait qu'avec les habitants d'Althen, le nouveau recrute sa clientèle dans un rayon de 3 kilomètres.



Nouveau service proposé dans le supermarché, la rôtisserie a beaucoup de succès auprès d'une clientèle jeune qui ne venait pas dans l'ancien magasin. Les volailles sont cuites et dorées à point, dans une rôtissoire Berkel à convection électronique.



« Nous sommes très satisfaits. Le chiffre d'affaires est au rendez-vous alors que nous sommes dans une période difficile ! Le développement de notre chiffre d'affaires est énorme mais cela ne se fait pas tout seul... » affirment Alice et Philippe Blaise.

Indices Coccinelle Althen-les-Paluds

• Surface :	450 m ²
• Investissement :	1 165 000 € dont immobilier : 850 000 € matériel : 315 000 €
• CA prévisionnel :	1,6 millions d'euro (résultats déjà supérieurs aux objectifs : + 15 % en octobre, + 10 % en novembre)
• Nb clients/jour :	220
• Panier moyen :	23 €
• Effectif :	9 personnes (une personne à 39 h, les autres à 20 h)
• Horaires :	du lundi au samedi : 8h-12h30 et 15h-19h Dimanche : 8h30-12h30
• Concurrent :	Champion (1 000 m ²) à 3 km

Supermarché Coccinelle Marseille Grande Rue (13)



Ce supermarché Coccinelle (ex CocciMarket agrandi) est situé au centre de Marseille, actuellement en pleine rénovation. Tout près du quartier du Panier, l'un des plus célèbres de la cité phocéenne, notamment en raison du succès de la série populaire « Plus belle la vie » qui l'a choisi comme cadre.

Le supermarché Coccinelle de Grande Rue à Marseille (300 m²) a été inauguré le 24 septembre 2008 mais ce magasin a déjà un historique. Ex Unico de 130 m², transformé en CocciMarket, il s'est attaché une solide et fidèle clientèle, souvent au-delà de son quartier, grâce à la crème chantilly « maison », spécialité de son premier propriétaire.

Alain Kaskassian a racheté ce magasin en 2000. Jeune entrepreneur dynamique qui, parallèlement, mène de front plusieurs activités dans l'agro-alimentaire (fabrication de charcuteries et de glaces, importation et commercialisation de fromages italiens), il a conservé la spécialité « chantilly » tout en développant le chiffre d'affaires du point de vente. Fin 2007, il atteignait 2,2 millions d'euro et un agrandissement s'imposait. D'autant plus que la réhabilitation du quartier attirait une nouvelle clientèle plus jeune et plus aisée qui avait des demandes différentes. Le rachat de la boucherie voisine, va permettre à Alain Kaskassian d'agrandir la surface de vente de 170 m² et d'y intégrer un rayon boucherie traditionnelle qu'il confie au personnel de la boucherie rachetée. Transformé en supermarché Coccinelle, le magasin a doublé son offre grâce à l'exploitation très étudiée de tous les coins et recoins, l'adoption de gondoles et de meubles froids à 7 niveaux et le développement de certains rayons comme la cave, les surgelés, la viande en LS, le point chaud, plébiscités par la jeune clientèle ou le snacking pour répondre à la demande des employés de bureau et des administrations qui travaillent dans le quartier. Autre point fort, le magasin dispose, en étagés, de 400 m² de réserves qui assure un remplissage optimum des rayons tout au long de la journée.

En dehors de la chantilly, proposée chaque fin de semaine, le supermarché s'est spécialisé dans la vente de fromages italiens (autre activité d'Alain Kaskassian). La gamme très étendue attire la clientèle des habitants du quartier du Panier tout proche dont beaucoup sont d'origine italienne. Avec cette surface plus grande et cette nouvelle offre, le jeune chef d'entreprise espère doubler son chiffre d'affaires. Ce qui ne saurait tarder compte tenu du nombre de clients que son point de vente reçoit chaque jour. Secondé efficacement par des équipes compétentes qu'il a formées, il a déjà d'autres projets : un nouvel agrandissement du supermarché Coccinelle si la vente de la pharmacie voisine se confirme et deux autres magasins du même type dans d'autres quartiers de Marseille.

« C'est un magasin historique. Les habitants descendent du quartier du Panier pour y faire leurs courses ! »



L'agrandissement du magasin a généré des contraintes importantes. En raison de sa situation, au pied d'un immeuble d'habitation de type haussmannien, dans une zone protégée, sa façade devait s'intégrer à l'ensemble. « Tout a été fait dans les règles de l'art » affirme Alain Kaskassian qui espère pouvoir acquérir la pharmacie qui jouxte son magasin pour lui donner encore plus d'espace.

Le nombre de références a pu être doublé, notamment en épicerie et en crèmerie, par l'adoption de gondoles et de meubles froids à 7 niveaux.

Du matin au soir les rayons sont pleins grâce aux 400 m² de réserves situées en étages, desservies par un monte-charge.



Pour gérer le rayon traditionnel qu'il a introduit dans son supermarché, Alain Kaskassian a embauché le personnel de la boucherie qu'il a rachetée pour agrandir sa surface de vente. Un laboratoire de 100 m² a été prévu à l'arrière du rayon pour la préparation des viandes et des barquettes proposées au rayon boucherie L.S. Boucherie trad. + L.S. assurent 15 % du CA.



Afin de satisfaire les nouveaux habitants du quartier plus jeunes et plus aisés que les anciens, la cave a été agrandie et l'offre en surgelés a été triplée. Les résultats de ce rayon représentent déjà 5 % du chiffre d'affaires du magasin. Le snacking a été également développé à l'intention des employés qui travaillent dans le quartier.

Prolongeant le rayon boucherie en angle droit, le rayon fromages à la coupe (9 % du CA) propose une vaste gamme de fromages italiens qui attire les nombreux marseillais d'origine italienne. Le rayon traiteur propose, chaque fin de semaine, une spécialité locale en plats chauds (pieds paquets, daube provençale, tians...) et la fameuse crème chantilly confectionnée selon une ancienne recette et vendue dans des raviers, accompagnée de chouquettes au sucre.



Originalité de ce point de vente : il n'a pas de rayon fruits et légumes ! Alain Kaskassian a fait ce choix pour rester en bons termes avec les commerçants du quartier qui compte 3 magasins de fruits et légumes dont un situé juste en face du supermarché Coccinelle...

Indices Coccinelle Marseille Grande Rue

• Surface :	300 m ²
• Investissement :	700 000 €
• CA prévisionnel :	4,4 millions d'euro
• Nb clients/jour :	+ de 1 000
• Panier moyen :	13 €
• Effectif :	17 (dont un directeur)
• Horaires :	du lundi au samedi : 8h15-19h30 Dimanche : 8h30-12h30
• Concurrents :	Franprix, Nouvelles Galeries à moins de 500 m

Supermarché Coccinelle Argenton-sur-Creuse (Indre)



Ce magasin de 800 m², situé au centre de la jolie commune d'Argenton-sur-Creuse, est un ancien Atac transformé récemment en supermarché Coccinelle. Il disposera, fin 2009, d'un parking public de 45 places.



Ouvert le 15 juillet 2008, sous l'enseigne Coccinelle, ce magasin a déjà une longue histoire. Créé en 1950 il a été successivement Monoprix, Casino et Atac. Aujourd'hui, propriété de Patrice et Nicole Lamoureux, il a pris un nouveau départ avec une surface réduite recentrée sur l'alimentaire.

Fils et fille de commerçants, Patrice Lamoureux, dans la banque pendant dix ans et Nicole, son épouse, qui avait déjà une solide expérience du commerce, notamment en tant que directrice d'un supermarché Champion, sont devenus gérants-mandataires de ce magasin le 1^{er} janvier 1998, date à laquelle il a pris l'enseigne Casino. Cinq ans plus tard, le groupe Casino l'ayant cédé au groupe Auchan, il est transformé en supermarché Atac de 1 100 m² dont 20 % sont consacrés au non alimentaire. Très vite, les gérants-mandataires ont voulu acheter les murs et le fonds de commerce de leur outil de travail mais le propriétaire désirait vendre tout le bâtiment. Plus récemment, ils souhaitent également le moderniser car avec un chiffre d'affaires insuffisant pour sa surface, il commençait à peiner. Fin 2007, Patrice et Nicole Lamoureux peuvent enfin concrétiser leur projet grâce à un arrangement avec la municipalité d'Argenton-sur-Creuse qui se porte acquéreur des étages supérieurs du bâtiment pour réaliser huit logements et d'une partie de la surface et des réserves pour construire un parking public. Dès janvier 2008, en accord avec le groupe Auchan avec qui ils sont restés en excellents termes, les commerçants sont approvisionnés par la société Disval Silor qu'ils connaissent depuis longtemps. Pendant six mois, le temps de le rénover et de le réimplanter, le magasin restera sans enseigne avant de rouvrir le 15 juillet, transformé en supermarché Coccinelle. La mutation lui a fait perdre 300 m² mais recentré sur l'alimentaire, il a été doté d'une magnifique cave à vins, d'un rayon Bio, d'un rayon « épicerie fine ». Le rayon fruits et légumes (spécialité de Nicole) a été particulièrement soigné et agrandi, les meubles frais ont été développés et le rayon boucherie-charcuterie-fromage s'étend au fond du magasin sur toute la largeur de la surface de vente. Ces changements ont un peu perturbé les clients qui restent malgré tout fidèles au magasin et qui ont très vite adopté la gamme Belle France que Patrice et Nicole leur ont fait connaître.



Patrice et Nicole Lamoureux ont acquis les murs et le fonds de leur magasin. La municipalité d'Argenton-sur-Creuse, a pris en charge les étages supérieurs du bâtiment où huit logements sont prévus ainsi que les mètres carrés libérés par la réduction de la surface de vente qui seront utilisés pour la construction d'un parking public de 45 places.



Pour afficher le nouveau positionnement « frais/alimentaire » de l'ex Atac, le sens du circuit a été changé. Clé d'entrée de ce circuit, le rayon fruits et légumes a été agrandi. Il contribue à renforcer l'image « fraîcheur » à travers un agencement fonctionnel et vendeur, servi par un éclairage étudié pour valoriser les couleurs attractives des fruits et légumes. **Les meubles muraux, équipés de miroirs pour donner plus de profondeur à l'offre, complétés par deux îlots, ont permis à Nicole Lamoureux dont c'est la spécialité, d'accueillir un assortiment plus large, bien mis en valeur.**

Le rayon traditionnel boucherie-charcuterie-fromages, qui existe depuis l'ouverture du magasin, est l'un de ses points forts et l'une de ses principales sources de fidélisation. **Le boucher, qui officie depuis une trentaine d'années, a su attirer et garder la clientèle avec une viande de qualité, principalement régionale. Le rayon réalise 12 à 13 % du chiffre d'affaires du magasin.**

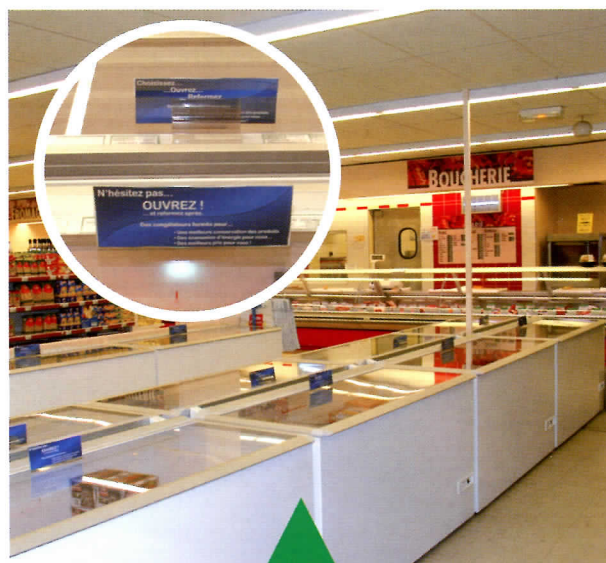




Pour accentuer le nouveau positionnement du magasin et compenser la baisse de chiffre d'affaires, causée par la réduction de la surface de vente, **une large place a été faite aux rayons frais L.S. (fromages, charcuterie-traiteur, ultra-frais)** qui s'étendent sur plus de 17 m de linéaire au sol, en vis-à-vis, le long de l'une des allées principales du point de vente.

Les clients trouvent le magasin plus grand, plus spacieux alors qu'il a été réduit de 300 m² !

Le non alimentaire qui représentait 20 % de l'assortiment dans l'ancien magasin Atac, limité désormais à la fonction dépannage, ne représente plus que 3 % de l'offre du supermarché Coccinelle. Un peu de textile en dépôt-vente a été conservé pour répondre à la demande de la clientèle âgée, peu mobile.



Les surgelés sont présentés dans des bacs fermés et vitrés désormais conseillés dans le concept en raison de leur efficacité (meilleure conservation des produits) et des économies d'énergie qu'ils permettent de réaliser.

Une affichette placée au-dessus de chaque bac, informe les clients sur la façon de les utiliser et sur leurs avantages.

Deux nouveaux rayons épicerie fine et produits Bio ont été aménagés dans le supermarché afin de suppléer l'absence de magasins spécialisés en centre-ville. Ces nouveaux rayons qui ciblent une clientèle haut de gamme, notamment les résidents secondaires présents en fin de semaine, ont permis d'augmenter d'environ 20 % le chiffre d'affaires du dimanche matin.





Patrice Lamoureux avait un impératif dans la conception de son nouveau point de vente : créer une belle cave à vin. Satisfait, à juste titre, du résultat, il la gère en spécialiste en conseillant la clientèle directement mais aussi à travers des affichettes « mets-vins », présentes au sein de l'offre des différents crus.

Pour relancer leur magasin et faire connaître son nouveau positionnement, les commerçants organisent des animations avec l'aide de leurs employés, consultés régulièrement sur le choix des thèmes. Après une animation choucroute qui a très bien marché et une vente massive d'ananas supportée par une star de la télé qui a attiré beaucoup de monde, une foire aux agrumes était organisée lors de notre visite.



« Ce qui est rassurant, soulignent Patrice et Nicole Lamoureux, c'est que malgré ces grands changements, tous nos clients sont restés... Après quelques mois de rodage, aidés par la marque Belle France qui jouit d'une formidable image et qui nous a été très utile pour relancer le magasin, nous sommes en train, doucement mais sûrement, de rattraper le chiffre d'affaire du 1 100 m² ».

Indices Coccinelle Argenton-sur-Creuse

• Surface :	800 m ²
• Investissement : fonds + modernisation = équipement :	450 000 €
	(murs : 300 000 €)
• CA prévisionnel :	2 230 000 €
• Nb clients/jour :	600
• Panier moyen :	11 €
• Effectif :	9 personnes
• Zone de chalandise :	10 000 habitants
• Horaires : du lundi au samedi : 8h30-12h30 et 15h-19h30	
	Dimanche : 9h-12h
	Toute l'année y compris les jours fériés
	(sauf le 25 décembre et 1 ^{er} janvier)
• Concurrents :	Carrefour Market, Lidl, Intermarché à 5 minutes

Bontà Divina : spécialiste des desserts pâtisseries frais



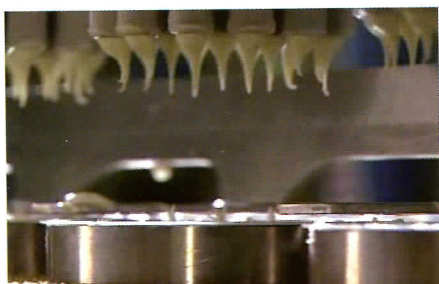
Spécialiste des desserts pâtisseries frais commercialisés sous la marque Bontà Divina (locution qui signifie « don du ciel » en italien), l'entreprise A-27 consacre les 2/3 de sa production aux MDD. C'est dans son usine de Rancio Vescuvia, située dans la province de Varese en Italie du Nord, que sont fabriqués, entre autres, le tiramisú et les profiteroles qui viennent d'enrichir la gamme Belle France. Une occasion de mieux connaître cette PME dynamique, en pleine croissance, qui distribue ses produits en Europe et au-delà, avec pour mission de faire connaître et apprécier les spécialités gourmandes de son pays.

A-27 : l'histoire d'une reconversion réussie

L'histoire de l'entreprise A-27 commence en 1978 avec la création par Ettore Lucchini d'une fabrique de crèmes

glacées artisanales qu'il baptise A-27 (- 27° étant la température à laquelle les produits sont surgelés...). Mais en Italie, surtout dans le Nord, la concurrence est rude sur le marché des glaces et l'entrepreneur songe à diversifier sa production. L'opportunité se présente en 1990, à travers un accord avec un autre industriel qui lui permet de transformer

son équipement pour accueillir la technologie du « frais » et tester la fabrication d'une pâtisserie typiquement italienne, le tiramisú, qu'il lance sous la marque « Bontà Divina ». Nom choisi parce qu'il représente la volonté (ambitieuse) d'élaborer un dessert qui soit « l'essence même de la douceur et de la bonté » !



Le génie d'Ettore Lucchini a été de proposer sa nouvelle production non seulement aux distributeurs italiens mais aussi aux anglais Sainsbury et Tesco qui l'ont commercialisée sous leurs marques propres. Le succès du tiramisù a entraîné la fabrication d'autres desserts pâtisseries frais, issus de la tradition italienne : Profiteroles, Tartufo, Panna Cotta, Cappuccino ou originaires d'autres pays : Baba au rhum, Framboisier, Crème anglaise, Forêt noire...

En 2008, A-27 qui ne cesse d'enrichir sa gamme, propose 35 recettes. 170 millions de portions auront été fabriquées dans ses ateliers (+12 % vs 2007) et son chiffre d'affaires, qui connaît depuis sa reconversion une progression stable à deux chiffres, atteindra 70 millions

d'euros. Ces résultats positionnent l'industriel italien à la première place des producteurs de desserts pâtisseries frais (hors desserts laitiers) en Europe. Si sa philosophie l'incite à rester proche de la fabrication artisanale, sa réussite l'oblige à l'industrialiser de plus en plus afin notamment d'apporter à ses clients, qui les commercialisent sous leurs marques propres, les garanties de sécurité et de constance de qualité qu'ils exigent dans leurs cahiers des charges.

Cependant A-27 reste une PME qui fait preuve de pragmatisme lorsque cela est nécessaire, en ayant une approche raisonnée du marché afin de s'adapter aux spécificités de chaque pays. Ainsi en France, ses produits sont vendus aux 2/3 sous MDD et 1/3 sous la marque Bontà Divina. En revanche, en Italie où la MDD garde une image de basse qualité, ils n'apparaissent que sous la marque Bontà Divina.

Sa réussite aurait pu donner à l'industriel des idées de développement à grande échelle mais il préfère jouer la prudence. « Notre objectif principal est de pérenniser notre entreprise en fabriquant de bons produits qui seront nos meilleurs avocats, même si cela nuit à la croissance de nos volumes », souligne Davide Brebbia, Directeur Commercial de A-27. « Pour l'atteindre, nous maîtrisons totalement le processus de fabrication pour lequel nous avons mis au point la technologie la plus adaptée et la plus fiable possible, tout en étant à l'écoute de nos clients afin de réagir rapidement

pour satisfaire leurs demandes ou résoudre d'éventuels problèmes ». Ce qui n'empêche pas les commerciaux d'aborder de nouveaux marchés notamment hors de l'Europe comme le Mexique où l'Afrique du Sud qui reçoivent les produits surgelés. Une transformation qui n'altère en rien la qualité du dessert pâtissier car, à la différence du dessert laitier, il contient un taux important d'extraits secs (comme le pain). Une fois décongelé, il est proposé au rayon frais avec une DLC de 21 jours.

Haute technologie et savoir-faire pâtissier

La qualité du produit est donc le premier objectif de l'entreprise dont les desserts sont élaborés scrupuleusement sans utilisation de gaz inertes, à partir d'ingrédients les plus frais et sans OGM, dans une usine certifiée Iso 9001 et IFS (au plus haut niveau).

La sélection des matières premières

Les matières premières sensibles : emballages primaires (en contact avec le produit fini) et produits frais qui entrent dans toutes les recettes, sont livrées trois fois par semaine par une vingtaine de fournisseurs soigneusement sélectionnés, sous contrat reconductible annuellement pour garantir une qualité irréprochable et constante. Ainsi le fournisseur d'œufs, ingrédients délicats, a été retenu en raison de l'alimentation naturelle de ses poules qui donne au jaune une couleur uniforme et stable tout au long de l'année. Ce qui permet de ne pas utiliser de colorants ! Le mascarpone, qui entre dans la composition du tiramisù, est fabriqué par une coopérative laitière des Dolomites, région d'origine de ce fromage frais très riche en matière grasse qui remplace le beurre et la crème dans la pâtisserie traditionnelle italienne. Au total, une cinquantaine de fournisseurs sélectionnés pour leurs prix mais aussi pour leur taux de service, alimentent l'usine. La plupart sont concentrés dans le pôle alimentaire situé au centre de l'Italie. Les commandes



pour la production de la semaine suivante, partent le vendredi et sont ajustées au fur et à mesure si nécessaire. L'usine dispose de 2/3 jours de stock de produits frais. L'approvisionnement des ingrédients secs, moins sensibles, se fait en fonction des coûts. La réalisation des recettes s'effectue en trois étapes (préparation, remplissage, conditionnement) sur 9 lignes de production automatisées et flexibles. 7 sont utilisées pour la fabrication des desserts en coupe (tiramisú, panna cotta, tartufo...). Les deux autres sont réservées aux desserts multi-doses (profiteroles, babas au rhum, framboisier...) qui demandent une technique particulière pour leur fourrage, leur dosage ou leur composition plus complexe.

La préparation des crèmes

Elle se fait à partir des recettes entrées sur un ordinateur qui gère la production avec une demi-journée d'avance sur le remplissage. Tout le processus d'élaboration est automatisé avec validation après contrôle à chaque étape. Les différents ingrédients (lait, sucre, mascarpone, glucose, eau pure adoucie, etc.) stockés dans des tanks sont filtrés, pesés, dosés avant d'être dissouts dans des cuves. Les mélanges obtenus sont ensuite pasteurisés à 84° pendant 55 secondes, dans deux types de machine selon leur viscosité. Les crèmes qui contiennent un taux d'extraits secs importants passent dans une machine équipée d'un cylindre à vis qui les brasse sans les cuire. Les sauces, plus fluides, passent dans un échangeur à plaques sur lesquelles de la vapeur est envoyée. Un système plus ancien qui a l'inconvénient d'accrocher parfois les extraits secs, ce qui peut donner une odeur de cuit au produit et altérer la constance de son arôme, d'où la conception de la nouvelle machine. L'étape suivante consiste à homogénéiser la crème et à la lisser dans des cuves chauffées à 50°. C'est au cours de cette étape que les arômes sont ajoutés à la main, notamment un peu d'alcool pour rehausser le goût mais aussi pour assurer une plus longue conservation au dessert. Une heure plus tard, la crème refroidie passe en salle blanche pour l'opération remplissage. Exception : la panna cotta

qui est conditionnée à chaud avant d'être réfrigérée par ventilation forcée (sous surveillance) à 10° pour obtenir la consistance prévue par la recette.

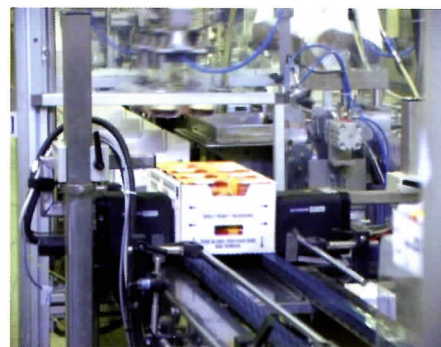
En salle blanche, la coupelle, pour composer le tiramisú, reçoit successivement la sauce au café, la génoise (fabriqué dans une autre usine), la crème et le saupoudrage de cacao avant d'être hermétiquement fermée par un film soigneusement soudé.

Un grand nombre de recettes suivent le même circuit sur des lignes polyvalentes, utilisées en fonction de la demande. En revanche, l'élaboration des profiteroles exige une ligne spéciale car les choux doivent être fourrés puis dosés (3 par coupelle) avant d'être arrosés de sauce au chocolat.

De même si le contrôle de la soudure se fait mécaniquement avec mise à l'écart de tout produit dont l'aspect est non-conforme (3 millions de coupelles sont envoyées chaque année aux banques alimentaires italiennes), pour les profiteroles, le contrôle est visuel, unité par unité car il porte aussi sur le nombre de choux et la détection de leur éclatement éventuel.

Le conditionnement des produits est également automatisé après passage au détecteur de métaux sauf pour les promotions qui exigent un comptage manuel.

Dans cette usine très moderne, le personnel (120 personnes sont employées à la production) est surtout chargé de contrôler les différentes étapes du process (gestion des stocks, mise en œuvre des recettes, vérification du poids



des ingrédients, surveillance des lignes, etc.). Certains produits nécessitent cependant une finition manuelle. Mais ces interventions répétitives sont très organisées avec changement d'opérateur toutes les 1/2 heure.

Sécurité et innovations

La sécurité et la gestion de la traçabilité des produits est l'affaire du service qualité (6 personnes) qui effectue des analyses macro-biologiques sur toutes les matières 1^{res} utilisées, contrôle en permanence les procédés de fabrication et procède régulièrement à des tests qualitatifs sur les produits finis. « Depuis 13 ans que je travaille dans l'entreprise, souligne Davide Brebbia, je n'ai connu que 4 ou 5 problèmes mineurs sur quelques lots, concernant les emballages, des dosages ou des soupçons de pollution ! ».

Une équipe de 8 personnes est chargée de la recherche d'innovations qui concernent non seulement la mise





au point de nouvelles recettes mais également leurs techniques de production. Pour avoir une meilleure idée de ce que

deviendra le nouveau produit dans sa fabrication à grande échelle, il est testé sur des lignes expérimentales pouvant en produire 80 kg. L'entreprise A-27, innove en suivant l'évolution de son marché dont la base s'est restreinte (les gélifiés sont en voie de disparition) et qui a vu ses produits positionnés haut de gamme comme le tiramisú ou les profiteroles se banaliser passant de 5 % à 40 % des ventes. D'où l'idée de créer une gamme Premium : « Bontà Divina Sélection » qui propose des desserts plus gourmands, réalisés à partir de recettes

plus sophistiquées (un tiramisú avec 24 % de mascarpone au lieu de 10 % pour le standard) et présentés dans un emballage plus élégant. Cette nouvelle gamme est composée de 6 références dont des desserts à base de fruits (types framboisiers) pour lesquels il a fallu prévoir des lignes plus longues pour intégrer leur préparation plus complexe. La maîtrise de la technique allant toujours de pair avec la création des recettes chez A-27.

A-27 en chiffres

Création : 1978

CA : 70 millions d'euro (+ 13 % en volume)

Nbre portions/an : 170 millions

Effectif : 200

Nbre de recettes : 35. Gamme classique : 6 produits.
3 références = 70 % de la production.

Nbre de clients MDD : 20 (audit tous les 2 ans)

Quantités principales matière 1^{re}/an : 700 T de mascarpone. 1 100 T de crème.
600 T de sucre. 500T de lait en poudre. 600 T de jaunes d'œufs...

Livraison A pour B : par l'intermédiaire de Schoepfer

DLC garantie entrepôt : 21 jours



Le marché des desserts frais

Le marché de l'ultra-frais est en difficulté (22 % de PDM en valeur, - 3,1 %). Sauf les desserts frais.

Segments	Volume	Valeur
Crèmes desserts	35 %	27,9 %
Entremets	21,4 %	28,3 %
Liégeois	15 %	12,2 %
Flans nappés et gélifiés	10,6 %	5,3 %
Mousses	9,2 %	8,9 %
Spécialités	6,3 %	13,3 % (+ 6,3 %)
Allégés	2,5 %	4,1 %



Bontà Divina
vous offre
une ligne de desserts
frais de pâtisserie,
développés grâce à
la compétence d'un
maitre pâtissier
Italien qui recherche
constamment les
meilleurs ingrédients pour les plus
savoureuses
des recettes.



Le Pâtissier Italien

www.bontadivina.com



La Gamme Bontà Divina SELECTION
a été crée pour satisfaire les palais
les plus raffinés et exigeants avec
des recettes dédiées aux desserts
« Haut de Gamme ».

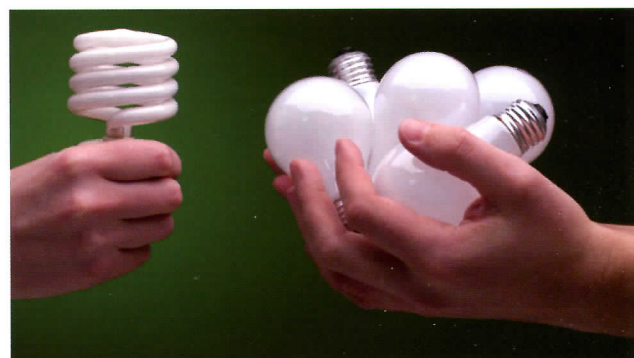


Tous les desserts « Bontà Divina » sont des produits d'impulsion. Il est donc très important d'avoir un positionnement correct en rayon, qui permette une bonne visibilité.

Il est aussi conseillé de mettre en œuvre un programme de promos périodiques, pour faire découvrir les produits aux consommateurs et développer les ventes. Tous les desserts frais Bontà Divina se trouvent au rayon UF, à coté des yaourts.

Arrêt programmé de l'ampoule électrique traditionnelle

L'Union Européenne a publié le calendrier visant à supprimer la commercialisation des ampoules à incandescence. Dès le 1^{er} septembre 2009 les ampoules traditionnelles de 100 watts et plus disparaîtront des magasins de l'U.E. Un an plus tard, ce sera au tour des ampoules 75 watts puis de 60 watts en 2011. Enfin à partir du 1^{er} septembre 2012, les ampoules de moins de 60 watts ne seront plus vendues !



Cette initiative a été prise dans le cadre de l'amélioration de l'efficacité énergétique. Une ampoule à incandescence, très satisfaisante sur le plan éclairage, ne transforme en fait que 5 % de l'électricité qu'elle consomme en lumière. Le reste se dissipe en chaleur. En remplaçant les ampoules classiques par des ampoules basse consommation (jusqu'à 80 % moins gourmande en énergie !) l'économie, par ménage, pourrait atteindre 50 euro par an...

Révolution au rayon lait !

Silhouette active®

La 1^{ère} boisson lactée qui aide à manger moins grâce à son principe actif d'origine 100% naturelle.

Des investissements massifs en média

TV Presse Internet

Une innovation en totale adéquation avec les attentes de vos consommatrices : **83% d'intention d'achat ! ***

Existe en goût nature et goût chocolat.

* Source : étude Post-scriptum réalisée en Septembre 2008 auprès de 300 personnes. Intention d'achat après 15 jours de consommation.

Pour votre santé, ne mangez pas trop gras, pas trop sucré, pas trop salé. www.mangerbouger.fr

LA TRANCHE PAPILLON SAVEUR.

L'ENVOL DU GOÛT AU LS

1906-2006 Avoir 100 ans, ça donne des ailes

+ d'Impact + Élégant

+ Astucieux + Savoureux

UN ENVOL AU SUCCÈS ASSURÉ.

Ouvertures et Modernisations de Magasins

coccinelle

Création

- Bordeaux quartier Caudéran (33)



CocciMarket

Créations

- Marville (55) - Construction
- Vireux Wallerand (08)
- Pont Audemer (27)

Changements d'enseignes

- Lezan (30) ex Proxi
- Lombron (72) ex Viveco
- Rolampont (52) ex Coccinelle
- Outreau (62) sans enseigne

Modernisation

- Rochegude (26)



harmony

TENEUR RÉDUITE EN CAFÉINE

ARÔME INTENSE

NOUVEAU



CARTE NOIRE

36 Dosettes

Goût intense,
30% de caféine en moins*

harmony

harmony

harmony

=

Classic

Classic

environ

POUR
MACHINES À
DOSETTES



*par rapport à Carte Noire Classic



Découvrez les dosettes
harmony de Carte Noire

Un café à la mousse onctueuse, à l'arôme intense et avec 30% de caféine en moins. Savourez 3 tasses de Carte Noire Harmony pour un taux de caféine équivalent à 2 tasses de Carte Noire Classic.

Kraft Foods France S.A.S. au capital de 55 630 330 € RCS Versailles 456800937 - 78942 Velizy Villacoublay Cedex.

27

Nouveaux Produits

Epicerie

Les Délices de Belle France
CIBON



Gésiers de canard confits du Sud-Ouest

Fournisseur : SPANGHERO

Description : gésiers de canard confits, moelleux et savoureux, cuits lentement dans leur graisse. Origine : Sud-Ouest.

Conditionnement : boîte 1/2 basse (385 g).

Pâtes de fruits assorties

Fournisseur : GER'SON

Description : assortiment de pâtes de fruits. 6 saveurs (coing, pomme, cassis, fruits de la passion, orange, framboise) à base de pulpe et de jus de fruit.

Conditionnement : ballotin 252 g.



Frais

Tiramisù

Fournisseur : A-27 SCHOEPPFER

Description : dessert pâtissier frais, spécialité italienne, composé d'un biscuit imprégné de sauce au café, recouvert de crème au mascarpone aromatisée au vin de marsala, saupoudrée de cacao.

Conditionnement : x 2 coupelles en plastique de 90 g.



Profiteroles

Fournisseur : A-27 SCHOEPPFER

Description : dessert pâtissier frais composé de choux fourrés de crème pâtissière, nappés de sauce au chocolat.

Conditionnement : x 2 coupelles en plastique de 90 g.



Poitrine fumée

2 références : tranches fines et tranches épaisses

Fournisseur : COOPERL

Description : poitrine fumée de porc sans couenne, sans cartilage, à poêler, griller ou mijoter.

Conditionnement : tranches fines : sachet de 8 (160 g). Épaisses : sachet de 4 (300 g).

Epicerie

Velouté de légumes. Velouté de poireaux/pommes de terre.

Velouté de tomates

Fournisseur : SOUP'IDEAL

Description : mêmes recettes que les veloutés 1 L.

Conditionnement : brique 50 cl pour 1 à 2 personnes.



Gamme Forme : pétales de riz et blé complet.

2 nouvelles références : forme chocolat, forme fruits rouges

Fournisseur : H&J BRUGGEN

Description : **Forme Fruits Rouges** : pétales de riz et blé complet aux fruits rouges : faible teneur en matières grasses, source de magnésium et de phosphore. **Forme Chocolat** : pétales de riz et blé complet, avec copeaux de chocolat noir : source de fibres, de magnésium et de phosphore. Relooking de la référence **Forme Nature**.

Conditionnement : étui 300 g.



Nouveaux Produits



Bonbons sans sucre au réglisse

Fournisseur : VERQUIN

Description : bonbons, sans sucre, avec édulcorants à la réglisse (arôme naturel).
8 kcal/bonbon.

Conditionnement : sachet 70 g.



Caramels tendres enrobés de chocolat noir

Fournisseur : LAMY LUTTI

Description : bonbons de chocolat noir fourrés au caramel (25 % chocolat).

Conditionnement : sachet 200 g.



Gaufres fourrées, goût vanille

Fournisseur : POPPIES

Description : gaufres dorées et fourrées d'une crème fondante au goût vanille.

Conditionnement : 5 sachets fraîcheur contenant 2 gaufres (300 g).

Rochers Coco et Mini Rochers Coco

Fournisseur : POPPIES

Description : pâtisseries à la noix de coco en forme d'étoile, croustillantes à l'extérieur et moelleuses à l'intérieur.

Conditionnement : Mini Rochers : barquette 250 g. Rochers : barquette de 8 (300 g).





Liquides

Nectar de Mangue, Nectar de Goyave, Nectar de Banane

Fournisseur : L.S.D.H

Description : complément de la gamme des nectars avec 3 références exotiques. Teneur en fruits 25 % minimum.

Conditionnement : bouteille PET 1 litre.



Panaché 10 x 25 cl.

Fournisseur : BRASSERIE LICORNE

Description : mélange de bière et de limonade, alcool moins de 1 % vol.

Conditionnement : pack de 10 bouteilles 25 cl, capsules dévissables.



Bière Spéciale Forte

Fournisseur : BRASSERIE LICORNE

Description : bière spéciale forte, alcool 8,2 % vol.

Conditionnement : boîte 50 cl.

Changement de fournisseur : nouvelles recettes + relooking

Gamme viennoiserie 6 références : Croissants. Pains au chocolat. Briochettes rondes aux pépites de chocolat. Pains au lait. Brioche tranchée. Brioche Tressée

Fournisseur : REGAL DE BRETAGNE

Conditionnement : Croissants : sachet de 10 (400 g). Pains au chocolat : sachet de 8 (360 g) emballés individuellement. Briochettes rondes aux pépites de chocolat : sachet de 8 (330 g), emballées individuellement. Pains au lait : sachet de 10 (350 g). Brioche tranchée : sachet (500 g). Brioche Tressée : sachet (600 g).

