

## LES DESSERTS

# À l'unité ou à partager: réveillez votre offre !

« Un dessert? Non merci. » Cette ritournelle résonne souvent dans vos établissements? Pourquoi ne pas penser sa carte en plaçant des best-sellers en évidence, changer vos formules en y incluant des desserts à prix doux? Ou même présenter des pâtisseries sur un chariot pour susciter l'envie? Petit tour d'horizon de l'offre pour réveiller votre imagination.

Indétrônable! La tarte et la crème brûlée tiennent le haut de l'affiche de la carte des desserts des restaurateurs<sup>(1)</sup>. Jusque-là, aucun étonnement, simplicité et tradition sont donc au goût du jour. La surprise viendrait plutôt des évolutions dans le classement de certains desserts et de l'arrivée d'autres. Ainsi, l'île flottante qui caracolait dans le quartor de tête en 2005 régresse inlassablement pour prendre aujourd'hui une « petite » septième place. La mousse au chocolat reste en bonne position - bien que sortie du trio de tête - quand les crèmes desserts vanille et chocolat ont été souvent exclues. D'autres encore remontent la pente. En témoignent, les gâteaux et autres fondants qui ont fait un bond en avant pour atterrir à la troisième place. Le tiramisu, largement plébiscité, sort de son « italieneté » pour être servi dans près d'un établissement sur deux, devancé de quelques places par le fromage blanc. Diététique et PNNS étant passés par là, les salades et tartares de fruits prennent des galons, pour devenir de grands classiques, au coude à coude avec la mousse au chocolat. La



donne change et le dessert suit la tendance générale. Celle de la curiosité tout d'abord. Aussi pour y répondre, les restaurateurs ont, entre 2005 et 2008,

augmenté le nombre de leurs propositions à la carte, pour atteindre, dans les cafés et brasseries plus de huit variétés de douceurs, sept dans les restau-

rants. « Le nombre de desserts servis par jour a néanmoins diminué de près de deux points en deux ans », constate Nicolas Nouchi, directeur général de CHD Expert France. En moyenne, à chaque service, 29 desserts ont été vendus dans les restaurants, 25 pour les cafés et brasseries. Si les cafés et brasseries ont noté, entre 2006 et 2008, une légère augmentation de leurs ventes, ce n'est pas le cas des hôtels et des restaurants. « Les desserts à la carte correspondent à un des segments les plus touchés par le changement de comportement de la clientèle, rappelle Nicolas Nouchi. La vente de desserts à la carte a globalement été revue à la baisse en 2010. Les cafés et restaurants avec leur "offre formule" ont pu maintenir des propositions attractives. » Ainsi, en 2009, les ventes de menus avec dessert ont augmenté de 43 % en moyenne. Sans surprise, dans les hôtels avec restaurant, trois clients sur quatre commanderont des desserts contre un sur deux dans les brasseries, les restaurants gastronomiques ayant le taux de prise le plus élevé (80 %). Si, en 2008, un dessert sur deux était « pâtissier », CHD Expert



L'imposant Chocolat chocolate



Le citron vert et givré.

a observé un recours grandissant aux produits surgelés. Plus de la moitié des établissements qui utilisent des surgelés les emploient dans leurs desserts. « La progression de la qualité de ces produits et la rapidité de mise en œuvre ne semblent pas étrangères à ce phénomène. » Spécialiste du segment de la pâtisserie surgelée, la Compagnie des Desserts livre ses nouveautés - en forme et en goût - automnales. Parmi elles, le citron, vert et givré, présenté façon cheese cake, marie une pâte sablée, un appareil citron vert et un soufflé lime curd. Avantage notoire: il se déguste encore congelé. Le baba, au rhum trempé, se distingue, lui, par sa forme cubique. Et pour ceux qui souhaiteraient développer une offre chariot ou buffet (voir p. 40), la Compagnie livre une gamme de cinq gâteaux généraux de l'Oncle Sam: Pecan Pie (tarte noix de pécan), Original cheese cake, Key lime pie (tarte au citron meringuée), Sticky toffee (moelleux au chocolat aux dattes et caramel) et l'imposant Chocolat chocolate (énorme fondant au chocolat).

## Des gammes renouvelées... et enrichies

Par ailleurs, pour cette rentrée, plusieurs sociétés ont « mis la main à la pâte » pour rénover ou élargir leur gamme. Nestlé Professional reprend la main sur les desserts. « Notre gamme était vieillissante et les recettes n'avaient pas été retravaillées depuis longtemps, concède Olivier Quinaut, conseiller culinaire national. Nous avons, dans un premier temps, harmonisé

## RIANS SE LANCE DANS LA CRÈME

Après la faisselle présentée en version sucrée, Rians Restauration poursuit son assaut de la carte des desserts avec des crèmes, conditionnées en seau de 3,5 kg. Au chocolat (9 % de cacao), elle se fait onctueuse pour une utilisation en garnissage de tartelette ou façon chocolat liégeois nappée de chantilly. À la vanille, sa texture s'avère plus lisse et peut servir à garnir des chouquettes, s'allier avec des fruits ou se présenter dans son plus simple appareil, dans une coupe. Autre nouveauté, la confiture de lait en flacon souple de 500 ml pour agrémenter faisselles, crêpes, gaufres et autres glaces. Idées recettes sur [www.rians-restaurant.com](http://www.rians-restaurant.com).



l'ensemble pour une présentation en boîte, et non plus en sachet, ce qui était le cas pour les entremets notamment. » La recette de la mousse au chocolat a été revue pour une tenue plus ferme (deux heures à température ambiante), une mousse plus alvéolée, et un pourcentage de chocolat plus élevé (de 67 à 71 %). « Mais nous ne nous sommes pas contentés de rénover la gamme, nous l'avons enrichie », reprend Olivier

Quinaut. Une panna cotta fait donc son entrée, en étui de 600 g pour 48 portions. La mise en œuvre ne nécessitant qu'un ajout de lait et de crème. « Nous avons également voulu surfer sur la vague de naturalité avec une mousse blanche, pouvant servir de base pour des desserts aux fruits. » Ni chantilly, ni crème pâtissière, elle développe une note vanillée, peu sucrée, et se reconstitue avec de la crème et de l'eau. Enfin, incontournable des cartes, le coulant au chocolat. « Les restaurateurs l'achètent souvent surgelé, dans cette fameuse caissette, et l'offre est aujourd'hui un peu standardisée, constate Olivier Quinaut. Avec notre produit, nous avons misé sur la flexibilité pour permettre aux chefs de s'exprimer en le personnalisant. » Après une



Le 1<sup>er</sup> novembre, le fondant au chocolat de Yoplait sera rebaptisé pour devenir la marquise au chocolat. La recette avec 13 % de chocolat reste inchangée. 10 à 12 tranches par barquette.

remise en œuvre avec du lait, le restaurateur a alors tout loisir d'y incorporer un cœur de chocolat blanc, des noix de pécan... Si le dessert est en perte de vitesse, il représente toutefois de gros volumes et pèse indéniablement dans le chiffre d'affaires. Reste à réfléchir sur sa valorisation: en formule ou menu? Et pourquoi pas l'exposer à la vue du client pour le faire fléchir? C'est le pari qu'on prit les deux restaurateurs que nous avons rencontrés. Et incontestablement, la démarche paye.

N. L.

(1) Chiffres issus de l'étude FACTS 2008 - 2006 - 2005 « L'offre desserts en CHR » de CHD Expert. Données également disponibles pour 2009-2010. Rens.: Elodie Thivel: [ethivel@chd-expert.com](mailto:ethivel@chd-expert.com) / 04 26 72 90 27.



Coulant chocolat Nestlé.