L'innovation
dans les métiers de bouche
depuis 1982

LE FAIT MAISON
Nouveau levier de croissance et de fidélisation

Fraîche découpe et bar à salades
Poisson prêt à consommer
Traiteur de la mer
Fumaison de poissons, Sushi
Traiteur de tradition
Cuisines du monde
Pâtes fraîches

Snacking et sandwicherie
Préparations bouchères
Viandes maturées en cave
Traiteur fromagé
Biscuits, macarons et chocolats
Pâtisseries tendances
Pain et viennoiseries de tradition

FRAÎCHE DÉCOUPE FRUITS ET LÉGUMES

CONCEPT 1:

Préparation en Laboratoire - Vente en LS en rayon

- CA fruits et légumes inférieur à 3 000 K€
- Investissement moyen : 12 700 € hors mobilier froid

CA FRUITS ET LÉGUMES	1 500 K€	2 000 K€	3 000 K€
CA FRAÎCHE DÉCOUPE	75 000 €	110 000 €	180 000 €
Part de la fraîche découpe	5,00 %	5,50 %	6,00 %
Marge Brute	42 654 €	62 559 €	102 370 €
Équivalent temps plein	1,00	1,20	2,00
Marge Nette	15 560 €	24 006 €	40 899 €
% Marge nette	19,66 %	20,69 %	21,54 %
Retour sur Investissement en mois	10	6	4

DES GAMMES RICHES ET VARIÉE AVEC PLUS DE 100 RECETTES...

- Salades composées.
- Crudités.
- Mélange de légumes.
- Plateaux assortiments.
- Brochettes.
- Salades de fruits et desserts.
- Soupes.
- Jus de fruits et Smoothies…

... FACILES À PRÉPARER !

- 5 jours de Formation.
- 1 jour de suivi par trimestre.
- Fiches recettes et fiches de fabrication illustrées.
- Guide pratique avec procédures de travail.
- Guide d'hygiène et de traçabilité.

CONCEPT 2 :

Fabrication en magasin et vente en LS au rayon

- CA fruits et légumes supérieur à 5 000 K€
- Création d'un stand dédié de 12/15 m2 mini en surface de vente
- Eaux + écoulement + électricité + courant faibles
- Investissement moyen : 28 000 à 46 000 € hors mobilier froid

CA FRUITS ET LÉGUMES	3 000 K€	5 000 K€	7 000 K€
CA FRAÎCHE DÉCOUPE	195 000€	375 000 €	560 000 €
Part de la fraîche découpe	6,50 %	7,50 %	8,00 %
Marge Brute	110 900 €	213 270 €	318 483 €
Équivalent temps plein	2,10	3,60	5,40
Marge Nette	41 519 €	92 203 €	140 158 €
% Marge nette	20,18 %	23,31 %	23,72 %
Retour sur Investissement en mois	8	5	4

INVESTISSEMENT hors mobilier froid	27 700 €	39 200 €	46 200 €
MATÉRIEL	10 000 €	12 000 €	12 000 €
MACHINE A JUS		4 500 €	6 500 €
GROUPE DE PESÉE	2 700 €	2 700 €	2 700 €
AGENCEMENT	15 000 €	20 000 €	25 000 €

POISSON PRÊT A CONSOMMER ET FUMAISON

UN NOUVEAU CONCEPT TRÈS PERTINENT PLÉBISCITÉ PAR LES CONSOMMATEURS

Le poisson prêt à consommer à partir des produits frais du rayon, le consommateur en est très friand. Ce nouveau concept assimilable à la fraîche découpe des fruits et légumes offre un vrai service aux clients et une réelle opportunité de faire croître très rapidement le chiffre d'affaires du rayon marée.

Sans investissement, les préparations sont simples à réaliser pour les marinades, les carpaccios, les tartares et autres brochettes.
Avec plus de 60 recettes, la gamme offerte en barquettes et vendue en libre-service permet de créer un vrai rayon novateur.

Les 20 recettes de la gamme de poissons et de produits de la mer « fumés maison » complètent l'offre toute l'année avec néanmoins de très forts volumes en fin d'année et au cours des divers événements festifs.

Vendue sous vide en libre-service, cette gamme de fumaison se présente en tranches fines ou en pavés natures ou aromatisés.

LES GAMMES DE POISSONS PRÊTS A CONSOMMER

- Marinades
- Carpaccio & tartares
- Poêlées de poissons et de légumes
- Papillotes
- Rillettes & tapenades
- Brochettes
- Rôtis et paupiettes

LES GAMMES DE POISSONS FUMÉS

- Saumon fumé
- Saumon fumé aromatisé
- Poissons fumés
- Crevettes fumées
- Poulpe émincé fumé

CA RAYON MARÉE + SAURISSERIE	1500 K€	2000 K€	3000 K€
CA PRÉPARATION & FUMAISON DE POISSON	**75000 €**	**100000 €**	**150000 €**
MARGE BRUTE	42654 €	56872 €	85308 €
ÉQUIVALENT TEMPS PLEIN	0,80	1,10	1,40
MARGE NETTE	17976 €	24355 €	43922 €
% MARGE NETTE	22,72 %	23,08 %	27,75 %
Retour sur Investissement en mois	4	3	2

INVESTISSEMENT hors mobilier froid	6700 €	7000 €	8300 €
MACHINES	3000 €	3000 €	3600 €
PETIT MATÉRIEL	1000 €	1300 €	2000 €
BALANCE	2700 €	2700 €	2700 €

CONCEPT TECHNIQUE

Nous réalisons les plans des îlots et / ou des labos.
Nous organisons l'agencement et l'implantation des îlots et des rayons.

GAMMES ET ASSORTIMENT

Nous avons conçu des gammes très vendeuses et rentables.
Les références sont adaptées à chaque magasin.
Nous fournissons un fichier de 75 recettes illustrées.

GESTION

Nous élaborons le fichier articles avec les prix de revient et les prix de vente conseillés permettant de dégager une marge brute supérieure à 60 %.

ORGANISATION

Nous organisons les équipes et établissons les plannings des heures travaillées.
Nous mettons en place les méthodes et process nécessaires à la bonne organisation du travail.

FORMATION

Nous formons les équipes :
- en technique de coupe et de préparation,
- en présentation des produits,
- en gestion (cadencier, pertes, rotations, PVC),
- aux bonnes pratiques d'hygiène.

Nous assurons le suivi pour la mise en œuvre des gammes saisonnières et pour maintenir un bon niveau de performance.

SUSHI

HISTOIRE DU SUSHI

La traduction du mot sushi est : riz vinaigrette accompagné de poisson cru, cuit ou mariné, de crustacé, de légumes ou d'œufs. D'un plat d'accompagnement qu'il était au départ, il est peu à peu devenu un repas. il faudra attendre l'époque d' Edo (1603-1867) pour qu'on commence à le classer en catégories comme le chirashizushi, le nigirizushi, l'oshizushi, l'inarizushi, le futomaki, l'hosomaki, le temaki, etc.

À l'origine, la technique de conservation satisfait les populations éloignées des côtes. À l'époque Muromachi (1392-1573), on découvrit que le riz fermenté produit de l'acide lactique favorisant la conservation des aliments : le riz de sushi n'était qu'un moyen de conserver les morceaux de poisson : on alternait des couches de carpes et de riz dans des jarres fermées par un couvercle, puis on le laissait fermenter jusqu'à un an. On mangeait alors le poisson et on jetait le riz !

Vers 1640, les habitants d'Edo (aujourd'hui Tokyo) eurent l'idée d'ajouter du vinaigre de riz afin d'accélérer encore plus vite le processus de fermentation. Les gens prirent goût à l'association poisson-riz-vinaigrette. Ainsi naquit le sushi.

LA GAMME DES SUSHIS

- Nigiri
- California roll
- Hosomaki
- Sashimi
- Rouleau de cristal
- Chirashi
- Yakatori
- Burito
- Salades et algues
- Bento Box
- Plateaux mixtes

CONCEPT TECHNIQUE

Nous réalisons les plans des îlots et / ou des labos.
Nous organisons l'agencement et l'implantation des îlots et des rayons.

GAMMES ET ASSORTIMENT

Nous avons conçu des gammes très vendeuses et rentables.
Les références sont adaptées à chaque magasin.
Nous fournissons un fichier de 100 recettes illustrées.

GESTION

Nous élaborons le fichier articles avec les prix de revient et les prix de vente conseillés permettant de dégager une marge brute supérieure à 60 %.

ORGANISATION

Nous organisons les équipes et établissons les plannings des heures travaillées.
Nous mettons en place les méthodes et process nécessaires au bon ordonnancement.

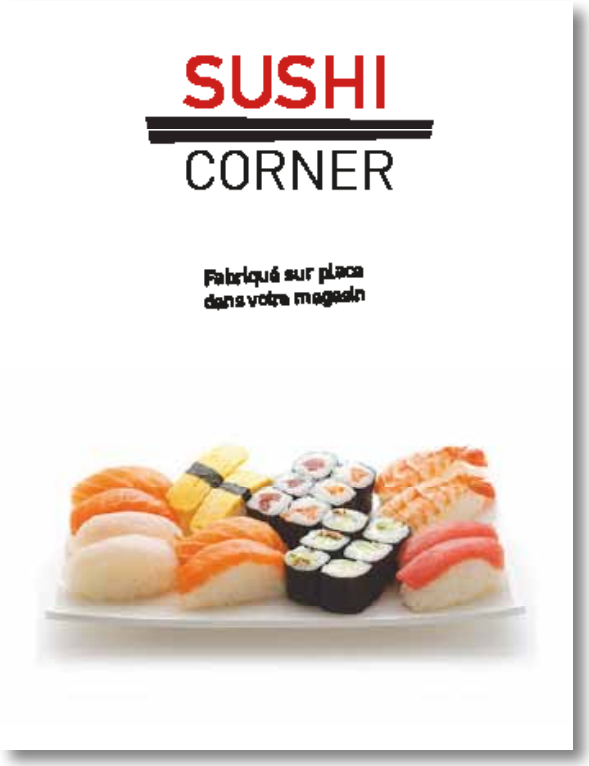
FORMATION

Nous formons les équipes :
- en technique de coupe et de préparation,
- en présentation des produits,
- en gestion (cadencier, pertes, rotations, PVC),
- aux bonnes pratiques d'hygiène.

Nous assurons le suivi pour la mise en œuvre des gammes saisonnières et pour maintenir un bon niveau de performance.

CA RAYON MARÉE + SAURISSERIE	1 500 k€	2 000 k€	3 000 k€
CA SUSHI	**150 000 €**	**300 000 €**	**600 000 €**
Part du sushi	10,00 %	15,00 %	20,00 %
Taux de marge brute	60 %	60 %	60 %
Marge brute	85 308 €	170 616 €	341 232 €
Équivalent temps plein	1,60	3,20	5,30
Tx de marge 1/2 nette	27,17 %	27,17 %	32,06 %
Marge nette	29 142 €	64 724 €	167 787 €
% marge nette	18,42 %	20,45 %	26,51 %
Retour sur Investissement en mois	20	12	5

INVESTISSEMENT	47 450 €	62 700 €	72 700 €
Machines	35 000 €	45 000 €	45 000 €
Balance	2 700 €	2 700 €	2 700 €
Agencement		15 000 €	25 000 €



Nous concevons les documents pour les consommateurs

Des produits que l'on fabrique avec une équipe interne au magasin

Entre 100 000 et 200 000 € annuel, on peut dédier une équipe sushi avec fabrication en labo et vente en magasin.
À partir de 200 000 € annuel, il faut créer un kiosque de 10 à 15 m2 pour la préparation et la vente en surface de vente.

Les maîtres sushi de Your Sushi School forment l'équipe magasin en 8 à 10 jours sur :

- les techniques de coupe du poisson
- la préparation du riz
- la préparation des produits
- les gammes à mettre en place
- la présentation des produits
- l'hygiène et la réglementation
- les prix de vente et les marges

PÂTES FRAÎCHES

UN NOUVEAU CONCEPT TRÈS PERTINENT PLÉBISCITÉ PAR LES CONSOMMATEURS

La fabrication de pâtes fraîches, dites « maison » (pasta a casa), est une chose assez aisée.

Quand on parle de pâtes fraîches, on pense souvent aux pâtes fabriquées à la farine de blé tendre et aux œufs, telles les lasagnes, raviolis, tagliatelles. Cependant, on peut fabriquer les pâtes fraîches avec de la semoule de blé dur (par exemple les orecchiette) et de l'eau. Ce sont des pâtes typiques du Sud de l'Italie. Il existe également des pâtes fabriquées avec de la farine de sarrasin (par exemple les pizzocheri), de châtaigne, d'épeautre, de maïs ou de la farine complète (par exemple les bigoli). On peut également réaliser des pâtes fraîches aromatisées et colorées : à l'encre de seiche, aux épinards, au curry, à la fraise par exemple.

Ce concept de « pâtes maison », très développé dans les supermarchés italiens est très facile à mettre en place. Nous avons sélectionné les meilleures recettes, trouvé le bon matériel et conçu la meilleure façon de les vendre en magasin.

LA GAMME DES PÂTES FRAÎCHES

- Pâtes non tubulaires
- Pâtes tubulaires
- Pâtes bâtons & ficelles
- Pâtes ruban
- Pâtes farcies
- Pâtes colorées
- Autres pâtes

CONCEPT TECHNIQUE

Nous organisons l'agencement et l'implantation des îlots et des rayons.
Nous avons sélectionné une gamme de machines adaptées aux capacités de production des magasins.

GAMMES ET ASSORTIMENT

Nous avons conçu des gammes très vendeuses et rentables.
Les références sont adaptées à chaque magasin.
Nous fournissons un fichier de 50 recettes illustrées.

GESTION

Nous élaborons le fichier articles avec les prix de revient et les prix de vente conseillés permettant de dégager une marge brute supérieure à 60 %.

ORGANISATION

Nous organisons les équipes et établissons les plannings des heures travaillées.
Nous mettons en place les méthodes et process nécessaires au bon ordonnancement.

FORMATION

Nous formons les équipes :
- en technique de fabrication et de préparation,
- en présentation des produits,
- en gestion (cadencier, pertes, rotations, PVC),
- aux bonnes pratiques d'hygiène.

Nous assurons le suivi pour la mise en œuvre des gammes saisonnières et pour maintenir un bon niveau de performance.

CMA
Au coeur de vos projets pâtes

Notre Partenaire pour les machines

CA RAYON TRAITEUR	1 500 k€	2 000 k€	3 000 k€
CA PÂTES FRAÎCHES	**75 000 €**	**140 000 €**	**210 000 €**
Part des pâtes fraîches	5 %	7 %	7 %
Taux de marge brute	80 %	80 %	80 %
Marge brute	56 872 €	106 161 €	159 242 €
Équivalent temps plein	0,80	1,50	1,9
Tx de marge 1/2 nette	47,17 %	47,17 %	42,06 %
Marge nette	30 444 €	60 057 €	99 085 €
% marge nette	38,48 %	40,66 %	44,72 %
Retour sur Investissement en mois	6	3	2

INVESTISSEMENT	47 450 €	62 700 €	72 700 €
Machines	3 000 €	10 000 €	20 000 €
Balance	2 700 €	2 700 €	2 700 €

CONCEPT 1 :
PATES EXTRUDÉES :
- Investissement moyen : 15 à 20 K€ hors mobilier froid
- Mélangeur Extrudeur

La gamme :
- tagliatelle
- conchiglie
- linguine
- creste rigate
- ..etc

+ gamme de couleurs et de parfums

CONCEPT 2 :
PATES EXTRUDÉES + PATES FARCIES

- Investissement moyen : 28 à 35 K€ hors mobilier froid
- Mélangeur Extrudeur + Raviolatrice

La gamme :
- Pâtes extrudées du concept 1
- Ravioli Demi-lune
- Ravioli carré
- Ravioli mezza luna
- ... etc

CONCEPT 3 :
PATES EXTRUDÉES + PATES FARCIES + GNOCCHIS
- Investissement moyen : 37 à 43 K€ hors mobilier froid
- Mélangeur Extrudeur + Raviolatrice + Gnocchatrice

La gamme :
- Pâtes extrudées du concept 1
- Pâtes farcies du concept 2
- Gamme de gnocchis

TRAITEUR FROMAGÉ

UN CONCEPT ORIGINAL ET TENDANCE

Le traiteur fromagé est un concept original qui plaît énormément aux consommateurs qui aiment l'originalité et les produits prêts à consommer pratiques.
C'est l'achat plaisir par excellence ; les présentations attrayantes sans être trop sophistiquées donnent envie.
Cette gamme est idéale pour les apéritifs dînatoires.

Les consommateurs acheteurs potentiels ont le sentiment du fait comme à la maison.
C'est l'achat hédoniste par excellence : « Quand j'invite, je suis originale, je gagne du temps et je fais plaisir ! ».

C'est une véritable offre de service supplémentaire pour le client qui répond à ses attentes actuelles.

Le traiteur fromagé est un pôle attractif et animé au sein de l'univers Fromage.
Il participe à la modernisation et à la dynamisation des performances de valeur ajoutée et de rentabilité du rayon Fromage coupe.

Ce concept a une très forte performance en période festive.

UNE VRAIE VALEUR AJOUTÉE POUR LE RAYON FROMAGE COUPE :

Croissance du C.A. et de la marge

- CA additionnel de 5 à 6 % sur l'Univers Fromage.
- Marge Brute : 50 % à 60 %.
- Casse réduite car on transforme tous les jours.
- Marge semi-nette : 25 %.
- Possibilité d'accroître les ventes avec des "Commandes Clients".

Des gammes riches et variées...

- Plateaux apéritifs.
- Plateaux à thème.
- Brochettes.
- Préparations spéciales.
- Produits sous cloches de verre.
- Mix produit.

... faciles à préparer !

- Formation et suivi.
- Fiches recettes et fiches de fabrication.
- Guide pratique et procédures de travail.
- Guide d'hygiène et de traçabilité.

CONCEPT TECHNIQUE

Nous organisons l'agencement et l'implantation des rayons.

GAMMES ET ASSORTIMENT

Nous avons conçu des gammes très vendeuses et rentables.
Les références sont adaptées à chaque magasin.
Nous fournissons un fichier de 30 recettes illustrées.

GESTION

Nous élaborons le fichier articles avec les prix de revient et les prix de vente conseillés permettant de dégager une marge brute supérieure à 60 %.

ORGANISATION

Nous organisons les équipes et établissons les plannings des heures travaillées.
Nous mettons en place les méthodes et process nécessaires au bon ordonnancement.

FORMATION

Nous formons les équipes :
- en technique de fabrication et de préparation,
- en présentation des produits,
- en gestion (cadencier, pertes, rotations, PVC),
- aux bonnes pratiques d'hygiène.

Nous assurons le suivi pour la mise en œuvre des gammes saisonnières et pour maintenir un bon niveau de performance.

VIANDES MATURÉES EN CAVE

QU'EST-CE QUE LA MATURATION, ET À QUOI ÇA SERT ?

La maturation de la viande est un processus classique effectué après abattage en chambre froide à 3 à 5 °C pendant 2 à 3 semaines, et qui permet d'obtenir une tendreté et une qualité gustative du produit nécessaire avant sa commercialisation.

Le processus biochimique est relativement complexe et, pour simplifier l'acide lactique produit dans le muscle, engendre une acidification qui active des enzymes qui ont la propriété de fragmenter la fibre musculaire et donc d'attendrir naturellement la viande.

Sur le continent Nord Américain, depuis de nombreuses années, les bouchers vont beaucoup plus loin et font maturer la viande dans des frigos spécifiques avec une température comprise entre 0 et 2 °C et un taux d'hygrométrie d'environ 20 % pendant 3 mois, 6 mois, 1 an…
Cette maturation appelée aussi « dry aged », est réservée à la Côte de Bœuf, donc l'Aloyau ainsi qu'à des muscles nobles, Filet, Rumsteck, Tranche ….

Pendant ce processus, la viande sèche lentement, perd son humidité inutile, les fibres raidissent, le gras (nécessaire) durcit et on obtient une croûte protectrice. À la cuisson, la viande ne rétrécit pas et son gras va fondre dans le muscle, ce qui donne une viande extrêmement tendre et fondante. On décèle même des notes de noisettes dans le bœuf mature.

Depuis quelques années, des chefs et des bouchers de renom travaillent des viandes maturées pendant plusieurs mois. Ces viandes sont très recherchées par les consommateurs amateurs de bonne viande et par les chefs étoilés.

ET SI ON INSTALLAIT UNE CAVE À MÛRISSEMENT SUR LE RAYON BOUCHERIE TRADITIONNELLE !

De plus en plus appréciée par une clientèle de proximité, la viande maturée peut maintenant s'installer au sein des gammes du rayon boucherie traditionnelle, avec un investissement minimal et une dynamisation des performances et une image de professionnalisme très intéressante.

LA MISE EN PLACE…

Pour ce faire, nous proposons des formations flash d'une à deux journées, afin de mettre en place dans les meilleures conditions cette nouvelle offre.

GESTION

Nous élaborons le fichier articles avec les prix de revient et les prix de vente conseillés permettant de dégager une marge brute supérieure à 60 %.

ORGANISATION

Nous organisons les équipes et établissons les plannings des heures travaillées.
Nous mettons en place les méthodes et process nécessaires au bon ordonnancement.

FORMATION

Nous formons les équipes :
- en technique de fabrication et de préparation,
- en présentation des produits,
- en gestion (cadencier, pertes, rotations, PVC),
- aux bonnes pratiques d'hygiène.

Nous assurons le suivi pour la mise en œuvre des gammes saisonnières et pour maintenir un bon niveau de performance.

NOTIONS TRANSMISES LORS DU STAGE DE FORMATION :

Petit traité de la maturation

- Processus biologique.
- Principe du vieillissement.

La maturation

- Choix de la qualité de la viande (cahier des charges type).
- Influence de la race, du taux d'engraissement, de l'élevage.
- Choix des morceaux.

Choix du matériel

- Capacités, réglages.

Procédures d'utilisation de la cave

- Techniques de coupe spécifique.
- Différentes Durées de vieillissement.
- Maintien de l'hygrométrie.

Les risques de contamination

- Le développement bactérien et des moisissures.
- Variation du pH.
- Parage du produit avant la vente.

Calcul du prix de revient

- Rendement de dessiccation.
- Impact sur le prix de revient.
- Fixation PVC.

L'offre commerciale

- Gamme proposée.
- Le conseil à la vente (conservation, cuisson).

PRÉPARATIONS BOUCHÈRES

LA MARQUE D'UN VRAI SAVOIR-FAIRE PROFESSIONNEL

Le métier de boucher traditionnel évolue fortement avec la demande et les tendances de consommation qui s'orientent de plus en plus vers la demande de produits élaborés prêts à consommer.
Les achats se font en petites quantités mais plus souvent.

Avec cette phrase tout est résumé, « Mon boucher a toujours des produits originaux faciles à préparer ! ».

Ce concept repose sur la présentation de produits originaux, faciles à préparer et qui offre du plaisir à acheter et à consommer.

- « C'est comme si je le faisais moi-même ! ».
- « Quand j'invite, je suis originale, je gagne du temps et je fais plaisir ! ».

Les préparations bouchères, un pôle attractif et animé au sein de l'univers Boucherie qui apporte une modernisation du rayon et une dynamisation des performances de valeur ajoutée et de la rentabilité.

CONCEPT TECHNIQUE

Nous organisons l'agencement et l'implantation des rayons.

GAMMES ET ASSORTIMENT

Nous avons conçu des gammes très vendeuses et rentables.
Les références sont adaptées à chaque magasin.
Nous fournissons un fichier de 30 recettes illustrées.

GESTION

Nous élaborons le fichier articles avec les prix de revient et les prix de vente conseillés permettant de dégager une marge brute supérieure à 60 %.

ORGANISATION

Nous organisons les équipes et établissons les plannings des heures travaillées.
Nous mettons en place les méthodes et process nécessaires au bon ordonnancement.

FORMATION

Nous formons les équipes :
- en technique de fabrication et de préparation,
- en présentation des produits,
- en gestion (cadencier, pertes, rotations, PVC),
- aux bonnes pratiques d'hygiène.

Nous assurons le suivi pour la mise en œuvre des gammes saisonnières et pour maintenir un bon niveau de performance

UNE VRAIE VALEUR AJOUTÉE POUR LE RAYON BOUCHERIE :

Croissance du C.A. et de la marge

- CA additionnel de 10 à 15 %.
- Marge Brute : 40 à 50 %.
- Marge semi-nette : 30 %.
- Possibilité d'accroître les ventes avec des "Commandes Clients".

Des gammes riches et variées...

- Marinades et tartares.
- Carpaccio.
- Rôtis de viandes et de volailles.
- Farcis et paupiettes.
- Hachés assaisonnés.
- Décorations spécifiques.

... faciles à préparer !

- Formation et suivi.
- Fiches recettes et fiches de fabrication.
- Guide pratique et procédures de travail.
- Guide d'hygiène et de traçabilité.

SNACKING, CUISINES DU MONDE

UN CONCEPT ORIGINAL ET TENDANCE

Fort est de constater l'engouement du consommateur actuel pour :
La cuisine du Monde et d'ailleurs nommée également Cuisine « Ethnique ».

À l'heure actuelle, il existe 2 solutions pour le consommateur attiré par ce genre de produits qu'il peut découvrir et déguster lors de ses voyages à l'étranger :
Soit le fabriquer lui-même (chose par très aisée car il faut trouver les produits de base et savoir les assembler).
Soit les acheter en circuit de distribution mais jusqu'à présent il est souvent déçu car ce sont des produits industriels et il ne retrouve pas les saveurs d'ailleurs des produits consommés lors de ses vacances.

Alors, pourquoi ne pas les fabriquer en magasin puisque le marché existe potentiellement.

C'est ce que nos experts en Cuisine Ethnique vous proposent afin de pouvoir présenter des produits venus d'ailleurs fabriqués dans les mêmes conditions que dans leur pays d'origine.

De plus, nous pouvons allier ces produits au Concept Snacking en Libre-service proposé dans des salades bar, comme ce que peut trouver le consommateur dans les restaurants très en vue actuellement qui fleurissent au sein de nombreuses zones commerciales (Buffets Asiatiques).

CONCEPT TECHNIQUE

Accompagnement sur l'installation des matériels de fabrication nécessaires.
Transmission d'un listing des matières premières et petits matériels nécessaires.

PROCESS DE FABRICATION

Remise d'un guide avec les process très précisément décrits.

TRAÇABILITÉ

Application des Bonnes pratiques d'Hygiène et de Traçabilité des fabrications

GAMMES ET ASSORTIMENT

Transmission d'un listing d'assortiment par de produits à proposer en Traditionnel, en Frais Emballé sous barquettes ou en Salade Bar LS.

RECETTES ET PRIX DE REVIENT

Nous fournissons un fichier contenant toutes les recettes avec calcul des prix de revient avec fixation de marge.

ORGANISATION

Nous organisons les équipes et établissons les plannings des heures travaillées.
Nous mettons en place les méthodes et process nécessaires au bon ordonnancement.

FORMATION

Nous formons les équipes :
- en technique de fabrication et de préparation,
- en présentation des produits,
- en gestion (cadencier, pertes, rotations, PVC),
- aux bonnes pratiques d'hygiène.

Nous assurons le suivi pour la mise en œuvre des gammes saisonnières et pour maintenir un bon niveau de performance.

UNE VRAIE VALEUR AJOUTÉE POUR LE RAYON :

Croissance du C.A. et de la marge

- CA additionnel de 5 à 10 %.
- Marge Brute : 60 %.
- Casse réduite car on transforme tous les jours.
- Marge semi-nette : 35 %.
- Possibilité d'accroître les ventes avec des "Commandes Clients".

Des gammes riches et variées...

• Snaking

- Entrées froides, entrées chaudes.
- Plats cuisinés, accompagnement et gratins.
- Garnitures et légumes.
- Salades et mix légumes.
- Fruits et salades de fruits.
- Assortiments Traiteur fabriqués sur place :
    - La Gamme Salades de tous pays
    - Des plats Cuisinés français et ethniques
    - Des pâtes en sauce
    - Des Risottos
    - Des Gratins et des poêlées de légumes originales
    - Salades de fruits et fruits découpés

• Cuisines du monde

- Cuisine Exotique.
- Riz et nouilles.
- Accras et nems.
- Woks.
- Poêlées.
- Tagines.
- Cuisine ethnique :
    - Indienne : Biryani, Tikka, Massala, Tandoori…
    - Asiatique : Chop Suey, Nouilles chinoises,
    - Antillaise et de l'Océan Indien : Colombo, Rougail, Cari
    - Maghreb et du moyen Orient : Tajines, Couscous…
    - Italienne : Risottos, Pâtes
    - Cajun (Louisiane) : Jambalaya
    - Africaine : Poulet Yassa, Maffé…

... faciles à préparer !

- Formation et suivi.
- Fiches recettes et fiches de fabrication.
- Guide pratique et procédures de travail.
- Guide d'hygiène et de traçabilité.

BISCUITS, MACARONS, CHOCOLAT

UN CONCEPT ORIGINAL ET TENDANCE

La Pâtisserie est devenue depuis quelque temps, un secteur très créatif et très médiatisé. Le consommateur est en parallèle devenu très conditionné et très attiré par la qualité gustative des produits telle qu'il peut l'apprécier chez des artisans de renom en Chocolaterie, Macarons ou Biscuits.

Il est donc temps, que dans les rayons Pâtisseries LS et plus particulièrement les rayons Pâtisseries Traditionnelles, les offres produits s'inspirent de ce mouvement très porteur pour à la fois élargir ses gammes et développer son attractivité et donc ses performances.

Nous proposons donc de former vos pâtissiers sur les manières de fabriquer en retrouvant l'authenticité gustative des produits, qui jusqu'à présent dans la majorité des points de vente, sont issus des grands industriels ou semi-industriels de la profession :

La biscuiterie

Les rochers, les tuiles aux amandes, les financiers, les Cookies, les Brownies, les Muffins (comme aux USA ou au Royaume Uni), les Macarons, les Sablés, les Madeleines (aussi bonnes que celles de Proust), le Pain de Gènes, les Biscuits à la cuillère, les Biscuits de Savoie, les 4/4, les Cakes, les Nougats, et la Génoise.

La Chocolaterie

Chocolat en plaque, Chocolat en vrac vendu au poids en bonbons fourrés, les ganaches, les décors. De plus nous vous accompagnons pour créer une véritable marque personnalisée, avec création du nom, des emballages et de la gamme.

Le concept Macarons

À tous les parfums et en plusieurs tailles, à la pièce ou en boîtes assorties aussi goûteux que ceux de la « Maison Ladurée ». Là aussi, nous pouvons vous accompagner sur la création d'une marque personnalisée (nom, emballages, gammes).

UNE VRAIE VALEUR AJOUTÉE POUR LE RAYON :

Croissance du C.A. et de la marge

- CA additionnel de 5 à 10 % sur l'univers Pâtisserie.
- Marge Brute : 65 %.
- Marge semi-nette : 35 %.
- Possibilité d'accroître les ventes avec des "Commandes Clients".

Des gammes riches et variées…

- Chocolat.
- Muffins, cookies et biscuits.
- Cakes et pains d'épice.
- Glaces maison.
- Macarons et verrines.
- Nougat.
- Pâte d'amande et pâtisserie orientale.

… faciles à préparer !

- Formation et suivi.
- Fiches recettes et fiches de fabrication.
- Guide pratique et procédures de travail.
- Guide d'hygiène et de traçabilité.

CONCEPT TECHNIQUE

Conseils pour l'acquisition du matériel de fabrication des chocolats, sur les moules à biscuits et à chocolat, ainsi que sur les machines à biscuits (dresseuse à macarons, à biscuits à la cuillère …).

GAMMES ET ASSORTIMENT

Nous avons sélectionné une gamme de produits « tendances » attractive et simple à réaliser en LS et en Trad.

GESTION

Nous fournissons un fichier contenant toutes les recettes avec calcul des prix de revient avec fixation de marge.

MARKETING

Création d'une marque de chocolat, de biscuits ou de macarons personnalisés à l'image du point de vente :
- Emballages imprimés
- Gammes de produits
- Affichage
- Etiquettes
- PLV

ORGANISATION

Nous organisons les équipes et établissons les plannings des heures travaillées.
Nous mettons en place les méthodes et process nécessaires au bon ordonnancement.

FORMATION

Nous formons les équipes :
- en technique de fabrication et de préparation,
- en présentation des produits,
- en gestion (cadencier, pertes, rotations, PVC),
- aux bonnes pratiques d'hygiène.

Nous assurons le suivi pour la mise en œuvre des gammes saisonnières et pour maintenir un bon niveau de performance.

PÂTISSERIE TENDANCE

UN CONCEPT ORIGINAL ET TENDANCE

La Pâtisserie est devenue depuis quelque temps, un secteur très créatif et très médiatisé. Le consommateur est en parallèle devenu très conditionné et très attiré par les nouveaux produits dits « Tendances » qu'il peut apercevoir dans la presse culinaire ou grand public, sur les supports télévisuels et consommés dans les restaurants qui eux, ont déjà compris qu'il fallait proposer ces nouveaux produits.

Il est donc temps, que dans les rayons Pâtisseries LS et plus particulièrement les rayons Pâtisseries Traditionnelles, les offres produits s'inspirent de ce mouvement très porteur pour à la fois élargir ses gammes et développer son attractivité et donc ses performances.

Nous proposons également de former vos pâtissiers sur les manières revisitées de travailler les produits classiques tels que les Éclairs, les Religieuses, les Fondants et en introduisant des nouveaux parfums, des nouveaux décors, des nouvelles couleurs…

Pour répondre à ces attentes consommateurs, nous proposons de mettre en place (sans investissement particulier) des compléments de gammes correspondants à ces nouvelles tendances.

UNE VRAIE VALEUR AJOUTÉE POUR LE RAYON :

Croissance du C.A. et de la marge

- CA additionnel de 5 à 10 % sur l'univers Pâtisserie.
- Marge Brute : 65 %.
- Marge semi-nette : 35 %.
- Possibilité d'accroître les ventes avec des "Commandes Clients".

Des gammes riches et variées…

- Les Verrines : fruits, mousse de fruits, émulsion, inclusion de biscuits.
- Les Crumbles : sur verrine, sur tartes aux fruits.
- La Panna Cotta : en verrine sur fond de biscuits (spéculoos), moulées puis agrémentées, sur fond de tarte + fruits.
- Les Tiramisu : Classique, aux fruits fraises spéculoos, pomme verte, Daim…).
- Les Tartes Tatin : pommes, poires, abricots, ananas, mangue-banane…).
- Les Pâtisseries Orientales : Baklava, Zlabia, Corne de Gazelle…
- Les Éclairs et religieuses colorées.
- Les Fondants de couleur vive : vert pistache, mauve, rose, jaune, orange…

… faciles à préparer !

- Formation et suivi.
- Fiches recettes et fiches de fabrication.
- Guide pratique et procédures de travail.
- Guide d'hygiène et de traçabilité.

CONCEPT TECHNIQUE

Transmission d'un listing des matières premières et petits matériels nécessaires.

GAMMES ET ASSORTIMENT

Nous avons sélectionné une gamme de produits « tendances » attractive et simple à réaliser en LS et en Trad.

GESTION

Nous fournissons un fichier contenant toutes les recettes avec calcul des prix de revient avec fixation de marge.

ORGANISATION

Nous organisons les équipes et établissons les plannings des heures travaillées.
Nous mettons en place les méthodes et process nécessaires au bon ordonnancement.

FORMATION

Nous formons les équipes :
- en technique de fabrication et de préparation,
- en présentation des produits,
- en gestion (cadencier, pertes, rotations, PVC),
- aux bonnes pratiques d'hygiène.

Nous assurons le suivi pour la mise en œuvre des gammes saisonnières et pour maintenir un bon niveau de performance.

PAIN ET VIENNOISERIES DE TRADITION

LA MARQUE D'UN VRAI SAVOIR-FAIRE PROFESSIONNEL

Fort est de constater l'engouement du consommateur actuel pour :

- LES PAINS DE TRADITION FRANÇAISE fabriqués à base essentiellement de farine de blé, d'eau, de levure ou de levain sans additif quelconque ce qui correspond à la recherche de l'authenticité du produit et à sa bonne conservation.

- LES PAINS SPÉCIAUX OU RUSTIQUES fabriqués à base de mix, de seigle, de maïs avec des adjuvants comme les céréales, les noix, lardons, olives, avec des ingrédients complémentaires comme la levure, les levains naturels ou la poolish (levain sur levure), ce qui correspond à la recherche du goût nouveau et prononcé.

- LES PAINS RÉGIONAUX qui allient à la fois l'authenticité de leur composition et l'originalité de leur goût.

Parallèlement, le consommateur est également attiré par les viennoiseries goûteuses et de qualité, fabriquées « Maison » et non pas les industrielles surgelées qui sont délaissées par manque de goût (ce qui fait le bonheur des artisans qui fabriquent leurs pâtes).

La tendance d'ouvrir des Pâtisseries Traditionnelles au sein des hypermarchés étant en forte croissance, pour bien la réussir et bien fidéliser la clientèle, il est nécessaire de mettre en place des gammes de boulangerie et de viennoiserie fabriquées « Maison » (individuelles ou à la coupe) qui ne feront qu'attirer la clientèle, la fidéliser, et booster les performances.

Nous adaptons donc nos gammes et nos recettes en fonction du magasin mais également en fonction du paramètre régional et du type de vente (assistée ou LS).

CONCEPT TECHNIQUE

Transmission d'un listing des matières premières et petits matériels nécessaires.

PROCESS DE FABRICATION

Remise d'un guide avec les process très précisément décrits.

GAMMES ET ASSORTIMENT

Nous adaptons nos gammes pour chaque point de vente afin de tenir compte du facteur régional.

RECETTES ET PRIX DE REVIENT

Nous fournissons un fichier contenant toutes les recettes avec calcul des prix de revient avec fixation de marge.

ORGANISATION

Nous organisons les équipes et établissons les plannings des heures travaillées.
Nous mettons en place les méthodes et process nécessaires au bon ordonnancement.

FORMATION

Nous formons les équipes :
- en technique de fabrication et de préparation,
- en présentation des produits,
- en gestion (cadencier, pertes, rotations, PVC),
- aux bonnes pratiques d'hygiène.

Nous assurons le suivi pour la mise en œuvre des gammes saisonnières et pour maintenir un bon niveau de performance.

UNE VRAIE VALEUR AJOUTÉE POUR LE RAYON :

Croissance du C.A. et de la marge

- CA additionnel de 5 à 10 %.
- Marge Brute : 65 %.
- Marge semi-nette : 35 %.
- Possibilité d'accroître les ventes avec des "Commandes Clients".

Des gammes riches et variées...

- Pains de tradition française
- Pains spéciaux, rustiques
- Pains régionaux :
  - Le Boulot, la Faluche, la Fouace au Nord
  - Le Pain brié, à soupe, de Cherbourg, Garrot en Normandie
  - Le Pain de Morlaix en Bretagne
  - Le tourton en Vendée
  - La Fougasse dans le midi
  - Le Pain de Lodève et Pain Paillasse dans le Languedoc
  - Les pains d'épices à fabriquer surtout en fin d'année (individuels ou au poids)
  - Les pains étrangers : Italiens, du Maghreb, Allemands… selon la localisation du point de vente ou la présence de consommateurs étrangers sur la zone.

... faciles à préparer !

- Formation et suivi.
- Fiches recettes et fiches de fabrication.
- Guide pratique et procédures de travail.
- Guide d'hygiène et de traçabilité.

L'innovation
dans les métiers de bouche
depuis 1982

Choix du concept

Ilot spécifique
Préparation en laboratoire
Cuisine centrale

Architecture

Nous organisons l'agencement et l'implantation des îlots des rayons et des laboratoires.
Nous réalisons les plans détaillés 2D et 3D

Gammes et assortiment

Nous avons conçu des gammes très vendeuses et rentables.
Les références sont adaptées à chaque magasin.
Nous fournissons un fichier de recettes illustrées.
Sélection des meilleurs fournisseurs de matières premières.

Conseil Technique

Choix des meilleurs équipements et matériels
Optimisation des espaces

Gestion

Nous élaborons le fichier articles avec les prix de revient et les prix de vente conseillés permettant de dégager une marge brute optimum.

Organisation

Nous organisons les équipes et établissons les plannings des heures travaillées.
Nous mettons en place les méthodes et process nécessaires au bon ordonnancement.

Formation

Nous formons les équipes :
- en technique de coupe et de préparation,
- en présentation des produits,
- en gestion (cadencier, pertes, rotations, PVC),
- aux bonnes pratiques d'hygiène.

Nous assurons le suivi pour la mise en oeuvre des gammes saisonnières et pour maintenir un bon niveau de performance.

3 bis rue Gambetta - 42400 Saint-Chamond – Tél. 04 78 62 80 29
Courriel : pbconseil@pbconseil.fr - www.pbconseil.fr