

GLACES

Du bon, du beau, de l'inédit

Plus un seul repas n'échappe désormais aux préoccupations de « naturalité » qui balaient le petit monde de l'agroalimentaire. La glace non plus ! La voici en 2018 déclinée en version bio ou vegan, arborant le sceau d'une fabrication française ou listant ses ingrédients originaux ou régionaux. Et le plaisir dans tout ça ? Rassurez-vous, la gourmandise n'est pas en reste.

Par Noémi Lecoq

En matière de glaces, il y a des choses qui ne changent pas. Les Français se montrent, somme toute, raisonnables dans leur consommation, avec six litres par an et par habitant, contre 10,8 pour les Suédois* par exemple. La glace se déguste surtout à la maison (83 % des occasions) et d'avril à septembre (72 % des volumes vendus). Mais il semblerait que les cuisiniers cherchent à diversifier cette consommation. « La glace se désaisonnalise, sort du spectre du dessert et ce, pas seulement chez les étoilés, constate Alexandra Ollivier, chef de groupe métier clients restauration à table Metro Cash & Carry France. Nous sommes sur une tendance où la glace permet au restaurateur de raconter une histoire. On retrouve ainsi des parfums tels que sésame noir ou reine-des-prés, une plante médicinale de montagne, mais aussi des glaces salées, au fromage, à l'huile d'olive... » Les fabricants ont tous adapté leurs catalogues à la tendance, rivalisant d'inventivité. « Au moment des fêtes de fin d'année, nous proposons des glaces à la truffe et au foie gras, et même un sorbet caviar, détaille Stéphanie Fressard, directrice de la communication de La Compagnie des desserts. L'été, nos glaces au basilic, thym, romarin ou concombre peuvent accompagner une salade ou un plat. Le chef peut marquer des points de différenciation en utilisant ces parfums. » Les glaciers n'hésitent d'ailleurs plus à proposer aux cuisiniers d'élaborer leurs propres saveurs, même sur de petites séries, à l'instar de la Compagnie des desserts qui relève le défi



Dans le catalogue « Autour de la glace » de Metro, Gérard Taurin, MOF glacier, propose de glisser une quenelle de glace sésame noir en accompagnement d'un tartare de thon.

pour quatre bacs de 2,5 litres. « Les chefs peuvent ainsi s'amuser en s'appuyant sur une matière première particulière : fromage, fleur ou spécialité régionale. » Paradoxalement, si on interroge les Français sur leur « glace parfaite », comme l'a fait Deliveroo à l'été 2017**, le classicisme l'emporte. Celle-ci serait une crème glacée à la vanille surmontée de chantilly. Des différences d'appétence apparaissent entre les sexes. Dans l'ordre, les femmes

optent plutôt pour vanille, chocolat, pistache, café, caramel ou menthe-chocolat, quand les hommes fondent pour vanille, chocolat, citron, rhum-raïsans, pistache et café. Deliveroo pointe également des divergences générationnelles, les plus jeunes optant pour les glaces à l'italienne (44 %) quand leurs aînés de 50 ans et plus apprécient davantage que la moyenne les sorbets (25 %). Le chocolat, parfum classé second chez les plus jeunes, disparaît complètement du classement des personnes âgées de 50 ans et plus, au profit du parfum rhum-raïsans. Si pour 72 % des Français le parfum est le critère de choix numéro un, la composition de la glace est en passe de s'afficher comme une donnée primordiale. « Nous voyons apparaître des glaces avec des vertus telles que detox et répondant aux demandes spéciales, comme le véganisme ou sans lactose. Cela transparait tant dans le fait-maison que le vrac. Le bio est également une grosse tendance », souligne Alexandra Ollivier. Voici donc un tour d'horizon des nouveautés que vos fournisseurs ont concocté pour cette nouvelle saison. >>>>

* Source : Association des entreprises des glaces, chiffres de 2017

** Harris Interactive pour Deliveroo, enquête réalisée en ligne du 25 au 27 juillet 2017, sur un échantillon de 1000 personnes représentatif des Français âgés de 18 ans et plus.



Ces trois eskimos créés par le MOF glacier Gérard Taurin sont élaborés à partir de purée, jus ou fruits frais, pour un coût portion oscillant entre 0,25 et 1,20 euro.

METRO CASH & CARRY FRANCE

Metro Cash & Carry France livre son magazine « Autour de la glace », regroupant nouveautés produits et décryptage de tendances. Mais, surtout, des idées recettes élaborées par un maître en la matière, Gérard Taurin, MOF glacier 2000 et champion du monde glacier en 2003. Création détonante et colorée, l'eskimo maison devrait réveiller la carte des desserts glacés cette saison. « On note le retour du bâtonnet, de la sucette glacée, abonde Alexandra Ollivier, chef de groupe métier clients restauration à table. On oublie les produits très industrialisés pour aller vers des bâtonnets faits maison, bicolores, avec des inclusions et réalisés à partir de jus de fruits... » Nouveauté produit majeure, le bio s'invite en rayon avec la gamme baptisée Moustache, qui affiche des dosages en fruits intenses et une maturation longue, et composée de quatre saveurs : vanille, fraise, chocolat et citron. « Nous lançons ces glaces élaborées par un partenaire malouin, nous n'allions pas proposer du bio venant du Pérou. Les consommateurs sont aujourd'hui attentifs à l'empreinte carbone. Moustache s'adresse à des restaurateurs travaillant le bio et/ou souhaitant présenter des fournisseurs locaux à la carte. »



TRANSFOURMET

« Nous proposons une gamme de fromages sélectionnés et affinés par Marie Quatrehomme, MOF fromager, et avons souhaité dupliquer ce succès avec la glace, dévoile Éric Chazeix, chef de groupe achats. Nous avons cherché la caution d'un MOF que nous puissions mettre en avant. C'est pourquoi nous avons sélectionné un fabricant de glaces artisanales des Hautes Alpes dont les recettes sont élaborées par Gérard Cabiron, MOF 2007 des desserts glacés. » Les sorbets plein fruits sont fabriqués avec l'eau de source des Moulettes captée à 2 km de l'atelier, les glaces avec du lait entier et de la crème des Hautes Alpes collectés dans des fermes situées au plus à 10 km du lieu de production. Les parfums afficheront tous, sous peu, une allégation d'origine, ce qui est déjà le cas de la vanille de Madagascar, des poires Williams des coteaux du Lyonnais ou de la glace au génépi Guillaumette. Peu foisonnés (un bac de 2,5 l pesant 1,65 kg contre 1,5 kg généralement), ces produits offrent la particularité de pouvoir s'afficher à la carte comme « glace maître artisan glacier », un argument de poids. L'onctuosité est également au rendez-vous, avec des maturations lentes : 12 heures pour les sorbets et jusqu'à 24 heures pour certaines crèmes glacées. Trente parfums – les 20/80 du marché – composent cette Sélection Transgourmet. Le distributeur appuie ce lancement en mettant à disposition de ses clients un support dédié, notamment 50 recettes de coupes glacées imaginées par Gérard Cabiron. Un kit de communication sera proposé afin d'aider au service du produit en salle en racontant l'histoire de cet atelier artisanal niché au cœur du massif des Écrins.



Citron jaune-basilic est l'un des 14 parfums des sorbets plein fruits de la gamme



Gérard Cabiron, MOF des desserts glacés, a mis au point les recettes de la nouvelle gamme de glaces artisanales Transgourmet.



LA COMPAGNIE DES DESSERTS

La Compagnie des desserts avait déjà fait parler d'elle en début d'année en lançant une gamme vegan composée des saveurs chocolat et café. « Pour faire une glace vegan, il faut retirer toute protéine animale, c'est-à-dire supprimer le lait mais en gardant une belle texture, souligne Stéphanie Fressard, directrice de la communication. Nous avons donc intégré de l'huile de coco et du sucre bio. Avec une glace, on est dans le plaisir, il faut donc arriver à avoir un produit onctueux grâce aux bonnes matières premières, aux bons dosages et aux bons équilibres. » À l'aube de la saison estivale, neuf ans après avoir commercialisé ses premières références glacées bio, l'entreprise dévoile cinq sorbets bio des fruits du verger : abricot, poire Williams, pomme verte Granny Smith, cerise griotte et myrtille. Toujours sur le segment fruité mais à destination des gourmands, les glaces « façon smoothie » font leur entrée. La Compagnie des desserts a imaginé deux parfums de crème glacée à base de fruits – passion-mangue et myrtille – avec incorporation d'une compotée maison, « façon smoothie », pour plus de texture et d'onctuosité. « Le plaisir n'est pas procuré que par un goût mais aussi du relief, glisse Stéphanie Fressard pour présenter les trois nouveautés de la gamme américaine. En une bouchée, on retrouve la vanille ou la banane en base de glace, puis des inclusions de noix ou de brownie pour le croquant et enfin un coulis de caramel qui apporte de la douceur. »

La Compagnie des desserts a imaginé un dessert glacé composé de deux palets de ses glaces vegan au chocolat et au café.



LA LAITIÈRE

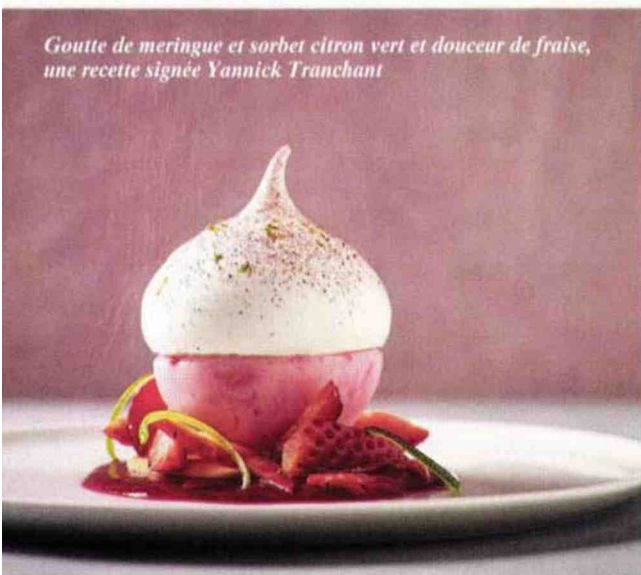
La Laitière inaugure la saison des glaces 2018 avec trois nouvelles saveurs à destination de la restauration. Commercialisée depuis six mois déjà et remportant un franc succès, la crème glacée « façon pomme d'amour » marie crème glacée à la pomme et cristaux de sucre rouge, sur une note doucement régressive. Parfum incontournable de l'offre italienne, la crème glacée parfum amande avec une sauce aux cerises griottes (18 %) fait son entrée sous la dénomination Façon amarena et note d'amande. Enfin, note de légèreté, le sorbet au litchi (100 % jus de fruits à base de fruits concentrés) joue la carte de la gourmandise avec ses brisures de framboise. Les équipes de Davigel, distributeur exclusif, ont également planché sur les besoins annexes des restaurateurs en élaborant notamment une gamme de sept toppings incontournables pour la réalisation de coupes gourmandes. Parmi les autres services, un livret de 150 recettes, classiques mais aussi plus sophistiquées et nécessitant plus de mise en place, est proposée pour réveiller l'offre glacée tout au long de l'année.



MAISON CARTE D'OR

Un an après le lancement de son Académie animée par le chef pâtissier Yannick Tranchant, Maison Carte d'or poursuit le déploiement de ses ateliers à destination des restaurateurs en régions avec une dizaine de sessions prévues d'ici à juin. Depuis le commencement, 150 professionnels ont ainsi pu bénéficier du savoir-faire de l'ambassadeur maison. « *Nous attachons beaucoup d'importance à ne pas donner un cours de cuisine, mais des astuces et conseils pour aider au mieux nos clients et qu'ils puissent adapter ce qu'ils ont vu à leur établissement* », précise la marque. Le livret de recettes inventives mises au point par Yannick Tranchant, mariant pâtisserie et glace, a par ailleurs été enrichi cette année avec quatre créations : un cake aux agrumes surmonté du sorbet plein fruit orange, une goutte de meringue déposé sur le sorbet citron vert et douceur de fraise, un vacherin aux fruits exotiques et une coupe Mont-Blanc à la poire. Du côté des nouveautés produits, le sorbet citron vert et douceur de fraise justement fait son entrée, « *un parfum au goût surprenant, ultrarafraîchissant qui se travaille en dessert fruité ou encore en smoothie* ». Plus gourmande, la crème glacée vanille-noix de pécan complète les nouveautés bac. Pour la restauration assise et la VAE, la marque lance les Suprêmes, Inspiration tarte au citron et Inspiration parfait au chocolat, « *des recettes inspirées de la pâtisserie, dans un format ultramoderne qui casse les codes des monoportions, un pot transparent qui laisse apparaître les différentes couches de glace* ». La marque travaille actuellement à mettre en place un Club Maison Carte d'or afin de « *fidéliser nos clients mais aussi de leur apporter un accompagnement toute l'année sur les desserts, les tendances, les actualités en restauration...* » Enfin, à l'occasion de ses 40 ans, Carte d'or met au défi les restaurateurs de repenser les desserts glacés. Avant le 30 juin, les candidats sont invités à déposer une photo et la recette de leur création sur le site maison.cartedor.fr/lejeu40ans/. Un jury présidé par Yannick Tranchant se réunira pour désigner 40 gagnants selon des critères d'originalité et de créativité de la recette, de sa faisabilité en condition réelle et de la mise en avant de l'ingrédient phare : la glace !

Goutte de meringue et sorbet citron vert et douceur de fraise, une recette signée Yannick Tranchant



PASSIONFROID

Ma Très Bonne Glace, collection de 38 crèmes glacées et sorbets pleins fruits aux recettes élaborées exclusivement par des artisans glaciers, renferme cinq nouveautés. Répondant à la tendance italienne, les crèmes glacées straciatella et amarena font leur entrée. PassionFroid (groupe Pomona), en collaboration avec ses partenaires, a retravaillé une grande partie de ses produits et mis en avant l'origine de ses ingrédients et variété de fruits. On retrouve une crème glacée noisette d'Italie, une à la fraise Sengana et une au yaourt de Saint-Malo. Dernière nouveauté : un sorbet citron-basilic à l'agrumes de Sicile.



LES PETITS PLUS



En 2018, **Mövenpick** lance le parfum chocolat noir suisse Trinidad, avec éclats de chocolat. Parallèlement, le déploiement de la distribution sélective des glaces de la marque (assurée par Davigel) gagne la région Occitanie, la France comptant aujourd'hui 600 clients.

En 2018, la **Maison Alperel** propose deux nouveautés. En bac de 2,5 l à destination des restaurateurs, le parfum framboise de ronce vient étoffer la gamme qui compte désormais 40 recettes. Pour l'impulsion, l'artisan glacier a livré en pot de 500 ml une glace vegan parfum matcha latte vanille, lauréate du Snacking d'or 2018.



L'offre impulsion de **Froneri** est renforcée par des nouveautés gourmandes Mondelez dont le biscuit culte Oreo. Décliné en version sandwich de 80 g, son cœur de glace est parsemé de morceaux de biscuit cacaoté.