

PUBLICATION LSA
TYPE SITE WEB
AUDIENCE 115 000
PERIODICITÉ /
PAYS FRANCE

DATE 20 / 06 / 17



Maison Alpérel : un nouvel arrivant au rayon des glaces

CAMILLE HAREL | FRAIS LS ET PRODUITS SURGELÉS, SURGELÉS SUCRÉS, SURGELÉS, GLACES |

PUBLIÉ LE 20/06/2017

Dix-huit mois après avoir été reprise par Pierre Menini et Karima Rafik, la marque de glaces, Maison Alpérel, se déploie en grande distribution. Elle nourrit également des ambitions dans les réseaux spécialisés et à l'international.



Pierre Menini et Karima Rafik ont racheté la marque de glace Alpérel en 2016

PUBLICATION LSA
TYPE SITE WEB
AUDIENCE 115 000
PERIODICITÉ
PAYS /
FRANCE
DATE



LA RÉDACTION VOUS CONSEILLE

- > Opération séduction réussie pour les surgelés sucrés
- > Les glaces jouent leur saison 2017 à quitte ou double

Les industriels des **glaces** en grande distribution accueillent un nouveau camarade de jeux. Les glaces Alpérel, jusqu'à présent presque uniquement en réseau hors domicile, ont fait leur arrivée il y a quelques semaines en grande distribution. Un changement de cap lié à son changement de propriétaire, Pierre Menini et Karima Rafik. Le couple a repris la griffe en janvier 2016 et a opéré un plan de modernisation de la marque.

« Depuis le 2nd semestre 2016, nous avons travaillé sur les **packaging**, les recettes et notre entrée en grande distribution. Nous avons cette volonté de nous élargir, de développer et de diversifier notre clientèle », explique Karima Rafik, co-propriétaire de la marque.

Sourcing des matières premières

Les choses se mettent alors en place. Déjà, par un changement de nom. Pour rendre les produits plus artisanaux, Alpérel devient Maison Alpérel. Les recettes sont ensuite modifiées et élaborées par un chef. Par ailleurs, les propriétaires attachent une grande importance au sourcing des matières premières. « Le lait utilisé n'est pas UHT mais provient de la ferme de Grignon, située à côté de notre site de production à Trappes, dans les Yvelines. La crème vient des Deux-Sèvres et les œufs sont issus de poules élevées en plein air en Bretagne. Pour les fruits, l'approvisionnement en France est privilégié, sauf pour les produits exotiques », explique Pierre Menini, co-propriétaire. Une fois que la qualité assurée pour les produits et les ingrédients, ils se sont intéressés au packaging. « Nous voulions de la modernité et nous différencier par l'image », ajoute Karima Rafik. Ainsi, la rupture est visible en magasins avec des pots très mode, aux couleurs pop.

PUBLICATION LSA
TYPE SITE WEB
AUDIENCE 115 000
PERIODICITÉ
PAYS /
FRANCE
DATE



Des volumes multipliés par deux

Ainsi, pour la saison estivale, les glaces Maison Alpiél sont présentes chez **Monoprix**, **Casino**, **Carrefour** et quelques magasins **Système U**. Aujourd'hui, la grande distribution représente environ 45 % de son chiffre d'affaires, la RHF la même part et son activité à marque blanche, le reste. Par ailleurs, la marque, qui compte déjà trois références de glaces **bio** (fruits exotiques, fruits rouge et chocolat) pourrait faire son arrivée chez les spécialistes d'ici peu. « Le bio ouvre très vite des portes. Nous sommes chez Monoprix donc nous devrions rentrer dans la distribution spécialisée par Naturalia », explique Karima Rafik. En 2018, Maison Alpiél compte avoir 7 à 8 références de bio dans son portefeuille. Enfin, l'international fait également partie des leviers de développement. « Nous sommes présents au Canada, chez le freezer-center premium, Cool&Simple. Avec le made in France, nous avons une vraie carte à jouer. On a des contacts en Scandinavie, au Benelux et aux Etats-Unis », ajoute-t-elle. En mois de 24 mois, les résultats sont déjà là. Le chiffre d'affaires prévu pour fin 2017 devrait se situer aux alentours de 1,1 millions d'euros (versus 600 000 euros en 2016) et les volumes passer de 50 000 à 100 000 litres.

