

PRODUITS SURGELÉS

Traiteurs de Paris à l'écoute des tendances

Le créateur de produits surgelés haut de gamme pour la restauration mise sur son service R&D pour être en phase avec les attentes du marché.



Traiteurs de Paris lance 30 à 50 nouveautés chaque année

découpe au jet d'eau, surgélation, conditionnement...).

En 2006, Traiteur de Paris élargit son offre avec l'acquisition d'Artegel, spécialisé dans les bouchées exotiques surgelées. L'offre s'étend de la bouchée apéritive au cake salé, en passant par l'entrée, le plateau-repas, le snacking et la tarte fine.

Avec une croissance annuelle de 35 %, l'entreprise de dimension familiale affiche une bonne santé économique (30 M€ de CA, dont 15 % à l'export). Mais c'est aussi la créativité qui caractérise Traiteur de Paris. Pour être à la hauteur de ses ambitions, il s'est doté d'un service Recherche & Développement de 6 personnes avec, à sa tête, Yann Lemoal, un chef pâtissier au parcours prestigieux. Chaque année, 30 à 50 nouveautés sont lancées. « Pour avancer dans l'évolution des goûts et des textures, il faut être à l'écoute des futures tendances sans négliger d'éventuels ajustements sur les gammes en cours, explique le directeur R&D. Par exemple, nous avons revu à la baisse le dosage de sucre dans nos recettes. »

Le respect des normes de qualité et d'hygiène est une autre priorité avec comme objectif, les certifications BRC et IFS. ♦ Encarna Bravo

L'histoire de Traiteur de Paris débute en 1993 sur 150 m² de laboratoire de traiteur traditionnel, avant de s'orienter vers la fabrication semi-industrielle, puis industrielle de desserts et petits fours surgelés de qualité pour la

restauration. L'entreprise compte aujourd'hui 5 sites de production (20 000 m²) en Bretagne et en Normandie, équipés de matériels performants (dosage, refroidissement, cuisson en ligne,

CONSEILLE PAR UN GRAND CHEF

La société a noué un partenariat avec Alain Passard, du restaurant parisien L'Arpege. Le chef triplement étoilé intervient en tant que conseiller sur l'évolution de la gamme, la création de nouveaux produits et la mise en place d'opérations de communication.