

TEXTE : MIRELLA CALCAGNI
PHOTO : DR

LOUISE NOUVELLE ÈRE GLACIÈRE

Créé fin 2004, le concept glacier Louise est une émanation de la Compagnie des Desserts. Le fabricant audois de glaces et pâtisseries pour les professionnels de la restauration a décidé de redonner une nouvelle dynamique avec un lancement en franchise.

CONCEPT. LA GLACE EST UN PRODUIT FÉDÉRATEUR ET La Compagnie des Desserts a bien compris qu'elle avait un rôle à jouer sur ce marché via son concept "Louise". « Notre ambition est forte et nous souhaitons devenir l'un des acteurs clés des réseaux franchisés de glaces artisanales en France », affirme Stéphany Fressard, Directrice de la Communication du fabricant audois de pâtisseries et glaces. Pour ce faire, il fallait donc instaurer une nouvelle dynamique en revisitant en profondeur le concept de 2004, un véritable virage marketing.

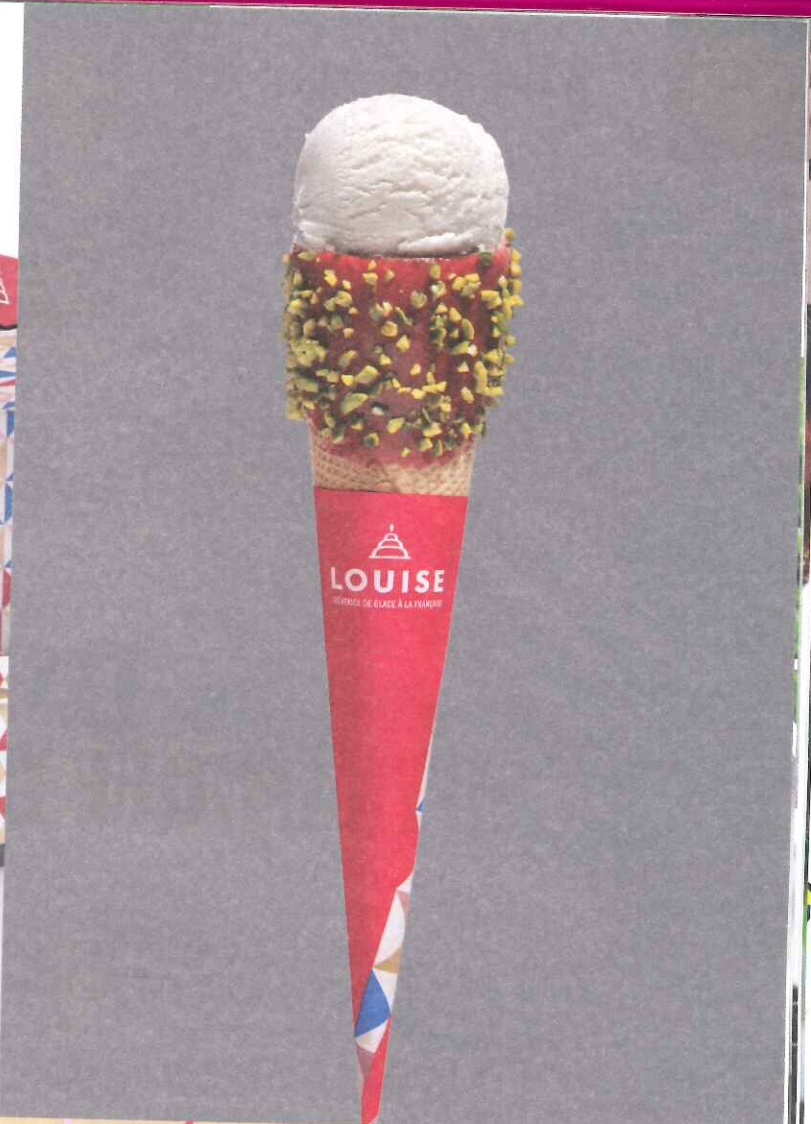
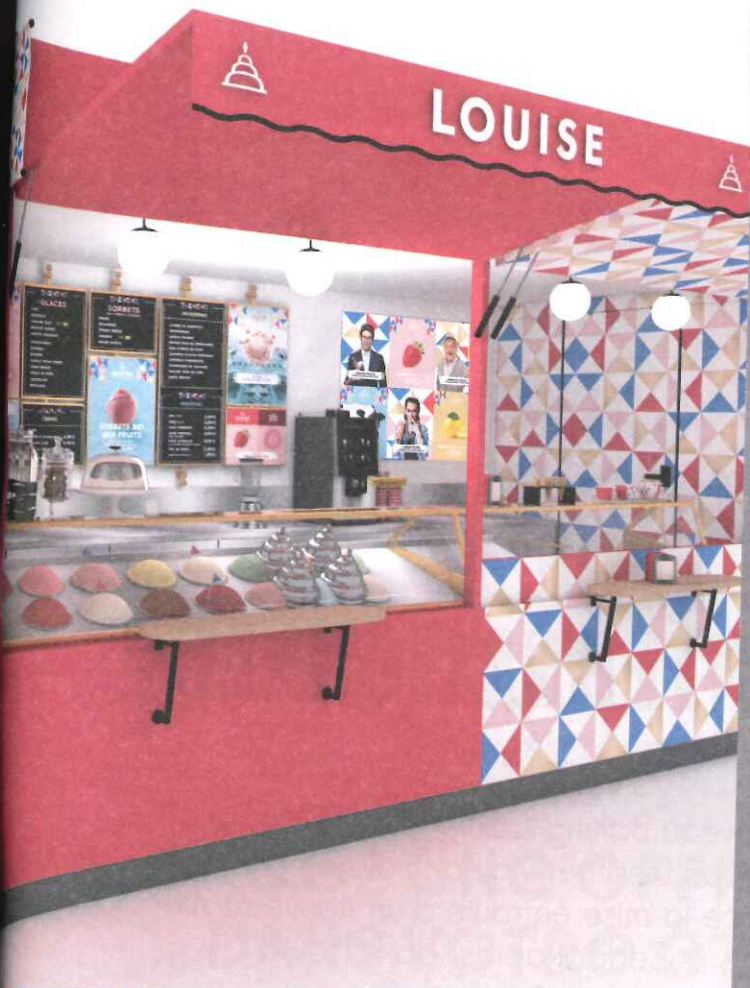
ACCÉLÉRER LE DÉVELOPPEMENT

Et pour cela, quoi de mieux que se développer en franchise. Présent au dernier salon Franchise Expo Paris et au Sandwich & Snack Show 2018, les équipes du glacier ont pu présenter le tout nouveau concept aux prétendants venus les visiter à ces occasions. Alors, quoi de neuf depuis "Louise Les Glaces", marque développée sous forme de concession et "Louise", créatrice de glaces à la française version 2018 ? Tout d'abord un design revisité, repensé pour se positionner sur « la gourmandise à la française », coloré et rafraîchissant, signé de l'agence Carré Noir qui travaille notamment pour de grandes marques comme Lancôme, la FNAC, Courir ou encore l'enseigne de restauration rapide, Pomme de Pain. Puis, ce fut la décision d'un nouveau développement en franchise, plus adapté à ses ambitions. Louise propose ainsi aux futurs

franchisés deux formats de glacier : en Kiosque ou en Boutique. « Nous souhaitons positionner en priorité Louise en centre-ville, bord de plage et parc de loisirs. Le développement en kiosques ou boutiques est, selon nous, le plus simple et efficace », précise Stéphany Fressard. Le droit d'entrée est fixé à 10 000 € pour un kiosque et 15 000 € pour une boutique, avec des royalties fixées à 3 % du CA et un marketing à 1 % du CA.

NOUVELLES RECETTES GOURMANDES

Bien sûr, l'offre de recettes a été également repensée et enrichie. Ce sont désormais une quarantaine de parfums disponibles pour les franchisés, avec des classiques ou des parfums plus originaux comme des saveurs régionales avec le Palet Breton, la Tropézienne, le Gâteau Basque ou encore le Canelé Bordelais... des recettes élaborées avec le fidèle partenaire de la Compagnie des Desserts, le MOF Pâtissier Philippe Urraca. Le savoir-faire de glacier artisanal est aussi mis en avant, avec des glaces au lait frais de la Ferme Marguerite, une exploitation de 50 vaches, située au pied des Pyrénées. L'offre a également été renforcée et complétée avec des crêpes, brioches toastées et des frappés. Sans oublier le "produit signature", le "Cornet Louise", pour lequel on peut choisir son nappagé et son topping. Le réseau qui compte une quarantaine de boutiques actuellement, envisage d'ouvrir une dizaine de points de vente avec son nouveau design d'ici à fin 2019 ■

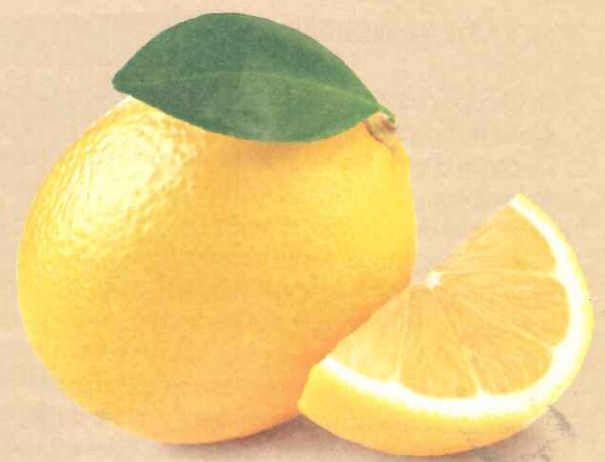



LOUISE
CRÉATRICE DE GLACE À LA FRANÇAISE


LOUISE
CRÉATRICE DE GLACE À LA FRANÇAISE



GLACES AU LAIT FRAIS
DE LA FERME MARGUERITE



SORBETS AUX FRUITS
ISSUS ESSENTIELLEMENT D'UNE COOPÉRATIVE
FRUITIÈRE DE LA VALLÉE DU RHÔNE