

Savours & Co

Edition N°223
22 Juin 2016

Plus de 16 000 lecteurs décideurs chaque semaine

Le Goût avant tout !

L'HEBDOMADAIRE B2B DIGITAL DES PROFESSIONNELS EN RESTAURATION BOULANGÈRE PÂTISSERIE
SNACKING SANDWICHERIE RESTAURATION RAPIDE RESTAURATION A THÈME TRAITEUR RHD

Le Duff investit 400 millions d'€ pour Bridor avec un objectif de 1 milliard d'€ de CA en 2020

BVP industrielle

Louis Le Duff aime les sensations. Et la nouvelle qu'il a récemment annoncé à la presse, nous ne l'avions pas vu venir ! Bien sûr, nous savions que le PDG du groupe éponyme avait de grandes ambitions pour Bridor, sa branche dédiée à la boulangerie, viennoiserie et pâtisserie industrielle, mais là, il nous surprend encore avec deux annonces comme lui seul peut nous en réserver ! Tout d'abord, Louis Le Duff va investir 400 millions d'euros dans l'agrandissement de ses sites de production en France, mais aussi aux Etats-Unis et au Canada. Ainsi, le site de Servon sur Vilaine (Ille-et-Vilaine), vaisseau amiral de Bridor, va encore s'agrandir avec un nouveau centre de R&D et de formation pour ses clients et ses collaborateurs venant du monde entier. Puis, des permis de construire sont déposés actuellement pour la construction d'une plateforme logistique comme il n'en n'existe que de rares exemplaires en Europe. Dedicée à la préparation de commandes automatisées ainsi qu'au stockage temporaire des produits avant expédition, elle sera en mesure d'accueillir plusieurs dizaines de milliers de palettes. Sa construction sera achevée en moins de 2 ans. Le site atteindra ainsi une superficie totale de 70 000 m² sur les 11 ha actuels. Quant au deuxième site de Louverné près de Laval, à peine deux ans après son inauguration, il a déjà doublé de taille et atteindra à terme les 50 000 m² sur un terrain de 17 ha. Parallèlement, la branche nord-américaine de Bridor poursuit son expansion. Aux États-Unis (Vineland près de Philadelphie), l'industriel se développe sur un site exceptionnel de 35.000 m², lui permettant de doubler sa capacité de production annuelle de croissants et pains au chocolat avec des lignes développées en France par ses équipes. Quant à l'usine canadienne (Montréal), elle s'agrandit pour atteindre 55 000 m² et aura ainsi une capacité de production accrue lui permettant de commercialiser des pains artisans, des baguettes et pâtisseries françaises et américaines sur toute l'Amérique du Nord. Les équipes Bridor considèrent que cette accélération des investissements industriels de l'ordre de 400 millions d'€ sur 5 ans, est nécessaire pour accompagner son développement exceptionnel sur la scène mondiale. L'objectif étant de donner les moyens à l'industriel d'atteindre 1 milliard d'euros de chiffre d'affaires en 2020, soit le double de son CA actuel qui a atteint 500 M€ en 2015.



L'enseigne Boréa récompensée au Siec 2016

Boulangerie-Pâtisserie

Pour David Borreani et Laurent Remond, co-fondateurs du 1^{er} concept de boulangeries orienté bien-être et naturalité, le Siec, salon de référence de l'immobilier commercial et retail, auquel ils participaient pour première fois les 15 et 16 juin, s'est terminé en beauté puisqu'ils se sont vu remettre le prix « Coup de Cœur » du Village des nouveaux concepts. En amont de ce prix, Boréa avait été l'une des 10 enseignes retenues par un jury d'experts, parmi les 32 concepts en lice, bénéficiant ainsi d'un espace dédié au cœur du Village des nouveaux concepts. Les membres de ce jury, professionnels avisés, avaient pour mission de déceler des concepts innovants, répondant aux évolutions des commerces futurs. Puis, durant le salon, ce sont les experts, exposants et visiteurs qui ont voté pour élire, grâce à une borne à leur disposition, leur concept préféré qui fût cette année... Boréa ! Fort de son expérience avec 3 magasins en propre dont le point de vente pilote implanté à Six-Fours-Les-Plages, Boréa a ouvert sa 1^{ère} franchise en 2013 à Peynier puis une seconde à Grimaud en 2014. Fin 2015, l'enseigne ouvrirait un 3^{ème} point de vente en franchise à Salon-de-Provence puis un 4^{ème} en mars dernier à Écully (Rhône). De nouvelles ouvertures sont prévues près de Chambéry en octobre prochain ou encore à Toulouse et Nantes. L'objectif des fondateurs est d'ouvrir au minima 3 à 5 nouveaux points de vente chaque année.



Up déploie la carte Chèque Déjeuner 2^{ème} génération

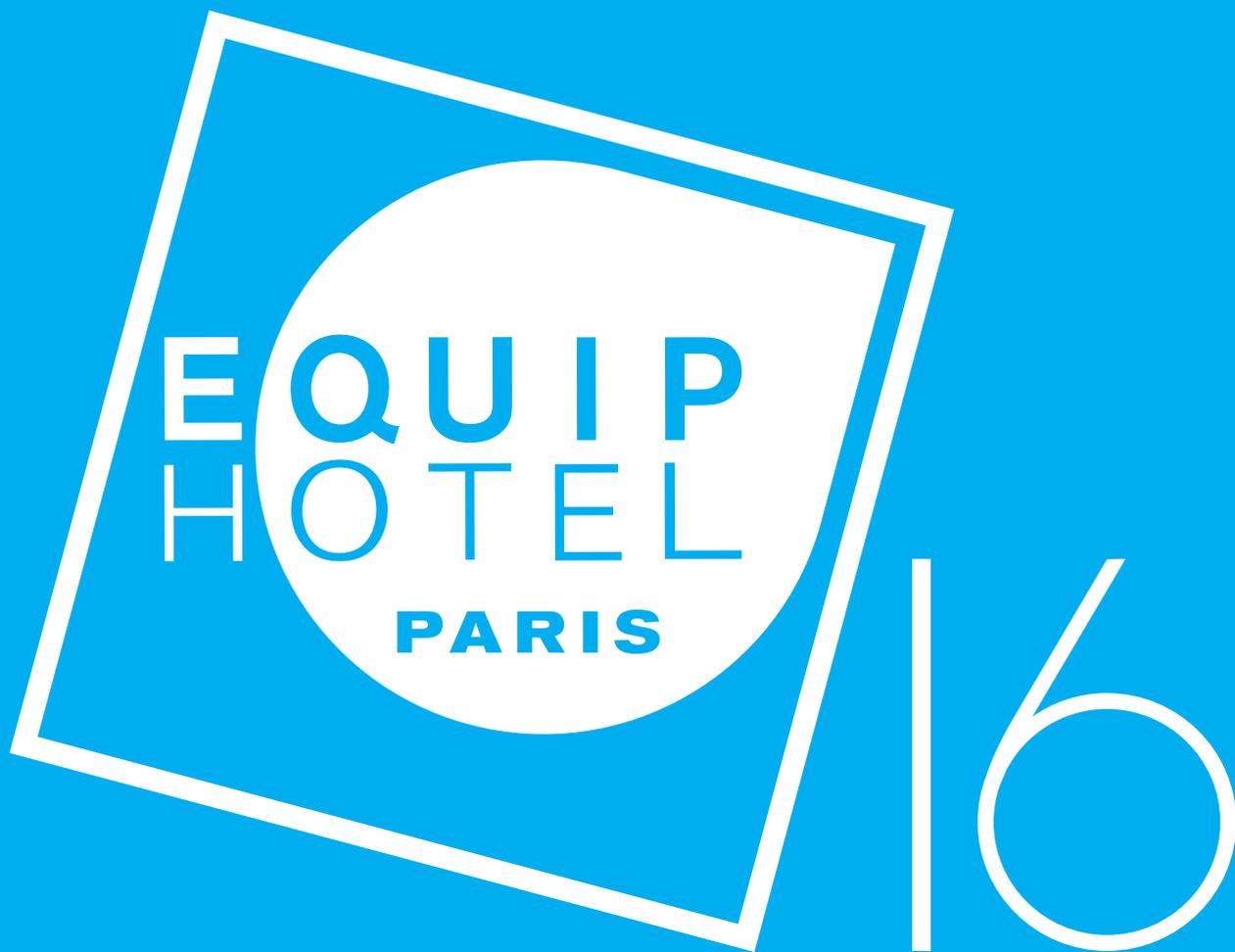
En peu de temps, le groupe Up (ex-Groupe Chèque Déjeuner), s'est engagé dans une politique de transformation de son offre. En 2015, il a consolidé sa démarche d'innovation autour de trois axes (interne, externe et de co-développement) afin d'intégrer et anticiper les nouveaux besoins et usages pour inventer les services et produits de demain. Cette dynamique nouvelle va permettre au groupe Up de proposer une offre dématérialisée dans tous ses pays d'implantation en 2016 et de réaliser 75% de ses volumes d'émission sous forme numérique en 2018, comme annoncé dans son plan stratégique. Cette année, la transformation des produits du groupe Up passe aussi par le déploiement en France de la carte Chèque Déjeuner 2^{ème} génération qui était jusqu'à présent en phase expérimentale. Cette carte propose un réseau fermé, maîtrisé par le groupe Up. Cela permet plus de services pour les bénéficiaires (plateforme d'avantages utilisateurs, réductions, promotions, cash back, recommandations, paiement mobile, etc.). Moins de coûts (suppression des commissions bancaires) et plus d'avantages pour les commerçants affiliés (moins d'attente grâce à la commande en ligne et la réservation à distance, promotions ciblées et gestion des communautés, géolocalisation pour fidéliser la clientèle, solution mobile rapide et fluide, etc.). Ou encore, la garantie de l'usage du titre, nécessaire à la pérennité du système.

Retrouver Savours & Co



sur Twitter @savoursandco





Hotel & Restaurant Business Place

06-10 novembre 2016 / Paris / France

1 600 exposants / 30 secteurs d'activité / 111 000 professionnels / 37 pays / 5 halls d'exposition

www.equiphotel.com

Organisé par

 Reed Expositions



TRANSGOURMET

Comtesse du Barry poursuit son développement et ouvre une nouvelle boutique à Paris 16^e

Épicerie Fine

C'est au 122, avenue Victor Hugo dans le 16^e arrondissement de Paris, sur une surface de 33 m², que Comtesse du Barry propose depuis le 1^{er} juin sa gamme d'épicerie fine. Elle s'implante au cœur d'un quartier résidentiel de la capitale fréquenté par une clientèle aisée, positionnée entre de nombreux commerces de bouche haut de gamme et une zone de destination shopping. Le concept de cette nouvelle boutique Comtesse du Barry, tout en s'intégrant de façon harmonieuse aux contraintes architecturales de la ville, reprend les éléments clés du point de vente, univers développé par l'enseigne en 2015 et récompensé par le Prix du Janus du Commerce en décembre dernier. Il propose aux clients un « véritable voyage chez une Comtesse ». Volières, mobilier, tables d'attaque, décoration... tout incite à la découverte de la marque Comtesse du Barry dans un esprit « d'achat plaisir » et permet d'attirer un cœur de cible de quadragénaires hédonistes. Le positionnement de l'offre produits et la largeur de gamme entendent séduire la clientèle CSP+ de ce quartier de la capitale. Comtesse du Barry propose en effet de nombreux produits festifs comme les foies gras entiers issus de canards fermiers du Sud-Ouest qu'elle produit, le caviar, le saumon fumé ou la truffe, mais également d'autres plus quotidiens autour de l'apéritif gourmand et du repas convivial. La marque s'est également spécialisée dans le cadeau gastronomique et propose des idées cadeaux variées, dans des conditionnements soignés, en version salée ou sucrée, ainsi qu'une cave inspirée du Sud-Ouest. Alors que le réseau de boutiques Comtesse du Barry s'est stabilisé autour d'une soixantaine de points de vente depuis plus de 20 ans, hormis quelques rénovations ou déménagements, l'entreprise entre aujourd'hui dans une nouvelle étape de croissance. Après l'ouverture d'une boutique dans le centre-ville de Compiègne le 17 mars dernier, la marque poursuit le développement de son réseau. Au premier chef, Paris et sa région où la marque détient 10 boutiques, avec pour ambition d'atteindre les 120 points de vente à terme en France.



Waffle Factory ouvre un nouveau restaurant à Arras

Restauration à Thème

L'enseigne Waffle Factory poursuit son développement par l'ouverture de nouveaux points de vente, en France et à l'étranger. Après Strasbourg et Montpellier, c'est à Arras que le réseau décide de s'implanter. Situé à proximité de la place des Héros, à l'angle de la rue de la housse et de celle des balances, c'est au cœur du centre ville d'Arras que l'enseigne a ouvert son nouveau restaurant. Déjà franchisés du point de vente de Valenciennes, Catherine et Pascal Zago, ont souhaité poursuivre l'aventure avec ce tout nouveau magasin d'une surface de 40 m² et bénéficiant d'une petite terrasse en extérieure. Avec son beffroi élu monument préféré des Français en 2015, et une population jeune et dynamique, Arras est apparue comme une ville prometteuse pour l'enseigne. Après Strasbourg et Arras, d'autres ouvertures sont programmées pour l'année 2016, en France ou à l'international. Avec 26 points de vente, Waffle Factory continue de se fixer un total de 5 nouvelles ouvertures par an, s'efforçant de conserver son identité et la qualité de ses produits.



Burger King ouvre un nouveau restaurant sur l'autoroute A10

L'enseigne de restauration rapide Burger King a ouvert un nouveau restaurant le 16 juin dernier dans la région Poitou-Charentes sur l'aire d'autoroute de Saint-Léger (Autoroute A10), l'autoroute qui relie Paris à Bordeaux. Cette nouvelle implantation s'inscrit dans la stratégie de maillage régional de la marque, qui ouvre ici son premier restaurant du département, qui dispose de près de 190 places assises, réparties entre la salle et la terrasse de 90 m². Le concept design du nouveau restaurant Burger King est à l'image de celui inauguré l'été dernier à La Défense à Paris. La variété des textures, les matériaux bruts et apparents donnent à l'ensemble un côté industriel et un aspect authentique qui n'est pas sans rappeler les origines américaines de la marque.

Votre Agenda

15 et 16 septembre 2016

Rapid Resto Paris au Parc des Expositions de Paris-Porte de Versailles.

Du 9 au 11 octobre 2016

Resto Nouvo au Parc des Expositions d'Avignon.

Du 16 au 20 octobre 2016

Salon SIAL à Paris Nord Villepinte.

Les FrogPubs organisent leur propre référendum sur le Brexit

Restauration Commerciale

Ce jeudi 23 juin, en écho au référendum initié par David Cameron, les pubs et restaurants FrogPubs invitent leurs clients à se prononcer pour ou contre la sortie du Royaume-Uni de l'Union Européenne. L'enseigne de restauration française présente au travers de 13 adresses à Paris, Toulouse et Bordeaux a été fondée en 1993 par le Britannique Paul Chantler. Un «Brexit Prize Draw» pour un repas pour deux sera à gagner dans chaque FrogPub. Deux pompes à bière blonde seront re-designées aux couleurs des « pour » (rouge) et des « contre » (bleue). Enfin, des bracelets pour verres rouges et bleus seront donnés aux clients selon la bière de leur choix. Les FrogPubs retransmettront les résultats du référendum en direct.

www.frogpubs.com





RESTO NOUVO

9, 10 & 11
Octobre 2016
Avignon
Parc des Expositions



BIO

PÂTISSERIE

SNACKING

INNOVATION

EQUIPEMENT

INTERNET

MARKETING

TENDANCES

LEGUMES

BOULANGERIE

MAREE

VIN

MOBILIER

PIZZA

SECURITE

LOCAVORE

ENCAISSEMENT

BOISSONS

NUTRITION

TRAITEUR

CAFE

CHAMPAGNE

HYGIENE

MATERIEL

SURGELES

SOLUTIONS

GASTRONOMIE

VENTE À EMPORTER

VAISSELLE

DESSERTS

EMBALLAGE

FOOD TRUCKS

COMMUNICATION

FRUITS

ARTISANS

FRANCHISE

CONCEPTS

SANS GLUTEN

FROMAGE

CHEFS



Salon Professionnel pour la Restauration,
les Métiers de Bouche et le Commerce Alimentaire

www.restonouvo.com

Succès de la 4^e édition du Championnat de France de la Pizza Ethique au Moulin Decollogne

Pizza

La 4^e édition du Championnat de France de la Pizza Ethique, qui se tenait au Moulin Decollogne d'Aiserey (Côte d'Or) le 13 juin dernier, a réuni plus de 30 participants venus de toute la France. Ce Championnat de France de la Pizza Ethique se distingue des compétitions culinaires classiques. En effet, pour concourir, les concurrents doivent réaliser des pizzas cuisinées dans le respect de l'environnement et du consommateur... mais sans rien laisser à la qualité gastronomique évidemment. Le fondateur du Championnat et Compagnon Pizzaiolo, Grégory Brotcorne, avait choisi le Moulin Decollogne pour accueillir cette édition. Un lieu évident pour celui qui considère la farine de blé tendre Bio One Pizza du Moulin Decollogne « comme la meilleure farine du monde ». A tous ceux qui se demandent ce qu'est une pizza éthique, Grégory Brotcorne, répond : « *Un pizzaiolo qui réalise une pizza éthique est un pizzaiolo qui respecte les saisons, qui respecte les terroirs et qui travaille avec les petits producteurs locaux. Il utilise les produits les plus sains possibles, généralement issus de l'agriculture biologique, et veille à l'équilibre nutritionnel de sa pizza* ». Différentes épreuves ont rythmé la journée : pizza éthique, pizza vegan ou encore pizza dessert. A l'issue de la journée, c'est Thierry Roselet qui remportait le titre dans la Catégorie Ethique. Dans la Catégorie Végan, c'est Manu Barthélémy, alors que Giovanni Gérard terminait 1^{er} de la Catégorie Dessert, et Lucie Berteaux devenait Championne de France dans la Catégorie Féminine.



Entracte propose une nouvelle gamme de sandwichs premium

Snacking

Le marché du snacking est depuis quelques années un véritable relai pour la restauration commerciale. Il fait face à une demande de « premiumisation » des produits : des recettes plus généreuses, plus cuisinées... En témoignent les concepts de burger gourmet comme Big Fernand, King Marcel, Blend... Face à ce constat, Entracte propose plus de 40 références de clubs, polaires, baguettes, viennois, wraps, focaccias... Fort de son expertise en sandwichs, la marque lance une gamme de sandwichs clubs premium. Coque triangle noire opaque, charte graphique premium avec des aplats noirs, couleurs sobres déclinées par recette, visuels gourmands, recettes généreuses, autant d'éléments qui caractérisent cette nouvelle offre premium. Cette gamme est constituée de 7 recettes gourmandes et premium : Jambon italien sauce au basilic pain de mie aux céréales 200g; Jambon cheddar pain de mie au pavot 210g; Bacon laitue tomate pain de mie aux céréales 200g; Poulet bacon cheddar pain de mie aux céréales 200g; Poulet caesar pain de mie aux céréales 200g; Chèvre légumes grillés pain de mie aux céréales 210g; Saumon concombre pain de mie au pavot 200g



Speed Burger propose deux Burgers « bleu »

Restauration à Thème

Que les fans de foot et de burgers se réjouissent, l'enseigne de livraison de burger, Speed Burger, leur a concocté une surprise de taille et de goût ! En collaboration avec un artisan boulanger breton, Speed Burger donne le coup d'envoi d'un mois de juin aux couleurs du football avec deux nouvelles recettes exclusives servies dans un pain bleu étonnant et ultra moelleux. Quoi de mieux qu'un burger aux couleurs de la France pour encourager son équipe avec gourmandise ? Accompagnés de 2 généreuses tranches de cheddar rouge, de tomates fraîches, de salade et de sauce blanche, les nouveaux burgers 100% frenchy sont garnis de 2 poulets panés (le Panenka) ou 2 steaks hachés (le Penalty). Le Penalty et le Panenka sont disponibles en édition limitée depuis ce matin et jusqu'au 10 juillet, dans l'ensemble des 50 magasins Speed Burger.



Cuddl'Up propulse le secteur HORECA et le Food & Beverage dans l'ère du digital

Hôtellerie-Restaurant

Première société à explorer les possibilités offertes par les tables tactiles, Cuddl'Up a imaginé un produit parfaitement adapté aux besoins de l'HORECA et du Food & Beverage. S'appuyant sur une expertise métier & technologique avancée, l'entreprise propose un dispositif pour accompagner ses clients de l'idée à sa concrétisation en alliant habilement audit et conseil, logiciel de gestion, contenu personnalisé et interactif, et surtout, un outil révolutionnaire d'analyse client et de consommation en temps réel. Les hôtels, restaurants et autres lieux festifs disposent désormais d'une solution globale, véritable levier de croissance, leur permettant de faire vivre à leurs clients une expérience hors du commun. En séduisant dès son lancement des enseignes de premier plan, Cuddl'Up occupe rapidement la place de leader du marché. Pour ne citer qu'eux, deux chaînes d'hôtels internationales, les restaurants « Hippopotamus » ou encore la nouvelle franchise de burgers connectée « Max à table » ont abordé leur tournant numérique grâce à Cuddl'Up, qui est en passe de devenir le standard en matière de digitalisation du parcours client. « Avec un ticket moyen en hausse de 24%, tout le monde est conquis par la solution Cuddl'Up. Nos clients, petits et grands en redemandent ! Nous continuons à recruter, et cette offre digitale nous permet de nous concentrer sur notre métier, à savoir offrir un service et une expérience client inoubliable », confie José Pol, gérant de l'Hippopotamus à Antibes, premier établissement équipé de l'enseigne. Pour Max à table, la chaîne de burger gourmet bordelaise, Cuddl'Up est un réel argument marketing intégré à sa promesse « le fast good connecté ». Là encore, la solution a engendré des résultats impressionnants dès son déploiement puisque son chiffre d'affaires a été multiplié par deux. A l'heure de l'internet des objets et de la multiplication d'objets connectés, du Big Data et de nouveaux modèles de business intelligence, Cuddl'Up apporte une réponse disponible immédiatement aux hôtels, bars et restaurants.



Bernard Valluis élu à la tête de la meunerie européenne

Meunerie

Bernard Valluis a été élu nouveau Président de l'association des meuniers européens (European Flour Millers), qui regroupe 25 associations nationales de l'UE et 5 membres associés (Suisse, Turquie, Islande, Russie et Ukraine). Il succède, pour les deux années à venir, à Gary SHARKEY, qui a dirigé l'EFM pendant 3 ans. Suite à son élection, Bernard Valluis a indiqué que « beaucoup de défis nous attendent, comme la compétitivité de notre secteur de la première transformation avec une amélioration de la chaîne d'approvisionnement, de l'accès permanent à du blé, du seigle et de l'avoine de grande qualité et sûrs, ou la mise en œuvre de règles de transparence pour permettre à davantage de meuniers européens de se couvrir contre le risque croissant des fluctuations des prix des matières premières. Je souhaite également que notre association soutienne l'intégration de l'industrie meunière européenne dans la nouvelle économie ». Avec environ 45 millions de tonnes de blé tendre et de seigle écrasées chaque année, plus de 3 800 entreprises employant 45 000 personnes, l'industrie meunière européenne est le plus grand utilisateur alimentaire unique de blé, de seigle et d'avoine d'origine européenne.



Lavazza reçoit le Trophée de l'entreprise italienne de l'année

C'est à l'occasion du prestigieux Dîner de Gala de la Chambre Française de Commerce et d'Industrie en Italie, qui s'est déroulé à Milan le 7 juin dernier, la marque de café Lavazza s'est vue remettre le Trophée de l'entreprise italienne de l'année. Ce choix récompense la croissance et les investissements du groupe en France grâce à la récente acquisition de Carte Noire en 2016. Fondé en 1895 à Turin, il y a plus de 120 ans, le torréfacteur compte aujourd'hui 3 000 salariés au niveau global, dont 500 en France, et a réalisé un chiffre d'affaires de 1 473 millions d'euros en 2015. La présence de Lavazza en France a été renforcée par l'ouverture de sa filiale à Paris en 1982. Elle connaît depuis un développement permanent sur le territoire.

Food Service Vision lance un étude intitulée «Paroles de Snackeurs»

Food Service Vision, cabinet d'études et de conseil spécialisé en hors domicile, annonce la sortie de la troisième édition de son étude Paroles de Snackeurs réalisée et coproduite avec le magazine France Snacking. Cette étude, conduite en mai 2016 met en lumière les attentes des snackeurs autour des axes de l'offre, du digital et de la livraison. Celle-ci met en lumière les leviers de développement efficace en snacking. Une étude qui révèle notamment que les attentes sur l'offre en snacking qui deviennent identiques à celles de la restauration à table. www.foodservicevision.fr

Une nouvelle offre café gourmand de Brioche Pasquier

Pâtisserie Industrielle

Plébiscité par tous types de restaurations (commerciales, entreprises, traditionnelles), le café gourmand a de beaux jours devant lui. Encore mieux qu'un dessert, il offre une déclinaison de mignardises diverses et variées. Pour répondre à cet engouement, Brioche Pasquier propose une triple tentation gourmande composée de Mirlitons, de Petits fours « gâteaux d'antan » et de Macarons « notes fruitées ». Fidèles au savoir-faire pâtissier, cet assortiment de petites douceurs —à servir avec le café— permettra aux professionnels de la RHD d'offrir une alternative légère et originale aux desserts traditionnels. Brioche Pasquier propose ainsi sous la marque Symphonie, de nouvelles recettes de Mirlitons, déclinés en 6 petits moelleux (Noisette, Griotte, Noix de coco, Pistache et Abricot, Caramel et Pommes caramélisées, Chocolat).



Brioche Dorée choisit les terminaux de point de vente YUNO d'Aures pour son parc de TPV

Encaissement

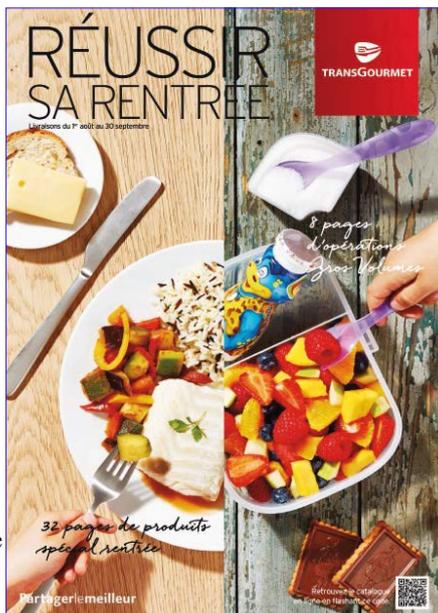
Brioche Dorée, leader mondial de la restauration rapide « à la française », a retenu les terminaux point de vente YUNO d'Aures, associés à une plateforme logicielle TC POS, pour asseoir la refonte complète de son parc informatique de gestion et d'encaissement. Le déploiement inclut plus de 500 TPV Aures (avec périphériques associés) et concerne l'ensemble des succursales et franchises Brioche Dorée en France, soit environ 300 points de vente et restaurants à terme. « Lors de la phase d'analyse de la refonte de notre système informatique POS, nous avons élaboré un cahier des charges avec un groupe de travail en interne » explique Nicolas Bouard, Responsable des Systèmes d'Encaissement de Brioche Dorée. « Le matériel devait répondre à trois critères majeurs : rapidité, fiabilité et convivialité. Nous avons présélectionné 3 constructeurs majeurs de terminaux point de vente, une douzaine de matériels différents, puis installé des sites pilotes avec l'ensemble des hardware que nous souhaitions tester », ajoute-t-il. « YUNO a un design élégant et très compact; il intègre des périphériques importants, tels un scanner 2D, pour le bipage des titres restaurants notamment, ainsi qu'un lecteur de badges et de nombreuses connectiques USB. Dans la configuration que nous avons retenue, chaque poste d'encaissement inclut également une carte WIFI ainsi qu'un écran de retour client de 10 pouces, pour l'affichage dynamique sur le comptoir de vente; l'imprimante Aures, l'ODP 333, est tout aussi performante, fiable et discrète, avec une sortie papier frontale très ergonomique », poursuit Nicolas Bouard. Les premières villes à migrer vers la nouvelle solution, en mars dernier, furent Brest, Nice, Marseille, Montpellier et Bordeaux. « La formation des responsables de restaurants a été organisée dans chaque région deux semaines avant la date de migration. Une « caisse école » a été envoyée en amont sur chaque site pour mise à disposition auprès des équipes afin de leur présenter la nouvelle solution d'encaissement et de les former », précise Hervé Fevrier, responsable Exploitation et Support Informatique du Groupe Le Duff. Fiable, endurant et extrêmement modulable (30 configurations différentes sont disponibles), YUNO est un TPV universel tout terrain qui convient tout particulièrement aux environnements difficiles de la restauration et de la vente à emporter alimentaire. La plateforme J1900 est à même d'assurer la gestion d'innombrables données, d'articles et de stocks importants, dans la durée, en front comme en back office.



La rentrée se prépare dès le mois de juin avec le catalogue Transgourmet

Distribution RHD

Pour accompagner ses clients professionnels de la restauration à préparer la rentrée, Transgourmet met à leur disposition un nouveau support : le catalogue « Réussir sa rentrée ». Valable du 1^{er} juin au 30 septembre 2016, ce catalogue de 52 pages, d'abord destiné à la restauration collective, a pour objectif d'accompagner les professionnels de la restauration dans la préparation de leurs commandes de rentrée, et ce dès le mois de juin pour des livraisons entre le 1^{er} août et le 30 septembre. Organisées par instant de consommation (petit-déjeuner, garniture, plat principal, desserts, goûters...), plus de 230 références sont mises en avant dans cette publication pour une offre complète, le tout regroupé par marque pour plus de lisibilité. Avec ce support, Transgourmet permet aux professionnels de la restauration d'anticiper leur rentrée mais aussi de réaliser des économies. En effet, des opérations spéciales liées à de gros volumes d'achat sont proposées, grâce à une sélection de 80 produits frais, d'épicerie, surgelés, d'hygiène et non alimentaires à prix dégressifs. Ce catalogue est également l'occasion pour Transgourmet de partager avec ses clients les offres commerciales de grandes marques, fournisseurs et partenaires de Transgourmet. Le catalogue « Réussir sa rentrée » est valable du 1^{er} juin au 30 septembre et est disponible auprès de toutes les équipes commerciales de Transgourmet. Il est également consultable en ligne sur www.transgourmet.fr, rubrique Actualités & Événements.



Boulangerie Ange se renforce en Aquitaine

Franchise de Boulangerie

Avec plus de 67 implantations à ce jour, le réseau de boulangeries en franchise Ange poursuit son maillage national, avec deux nouvelles ouvertures au mois de juin. Après l'implantation d'une nouvelle boulangerie à Eysines en Gironde au début du mois, avec Françoise Dupas, franchisee et déjà à la tête de 2 boulangeries Ange à Saint Médard et Sainte Eulalie, l'enseigne a également ouvert un autre point de vente à Biganos (Gironde), avec Emmanuel Lamarsaude, également franchisee et dirigeant des 2 autres boulangeries Ange. Cette ouverture à Biganos est la 11^{ème} en grande région Aquitaine, qui renforce donc sa présence dans cette zone.



Savours & Co

Le Goût avant tout !



Abonnez-vous !

**PROFITEZ DE NOTRE OFFRE SPECIALE
65 € POUR UN ABONNEMENT DE 1 AN***

**Abonnez-vous dès maintenant et recevez régulièrement, chaque semaine,
le seul hebdomadaire de référence de vos secteurs**



Abonnement à l'Hebdomadaire + Hors-Séries (47 éditions). Envoi chaque mercredi par e-mail en fichier pdf.

Abonnement **1 an à 65 € TTC** au lieu de 90 €.

Nom/Last Name : _____

Prénom/ First Name _____

Société/Firm : _____

Adresse : _____

Ville/City : _____

Code Postal : _____

Pays/Country : _____

E-mail : _____

Tél : _____

PLUS QUE JAMAIS, RESTEZ AU CONTACT ...

*** Offre valable pour tout nouvel abonné**

*Règlement par chèque bancaire libellé à l'ordre de : E. Laurent Estèbe
Règlement par virement bancaire, nous contacter.*

*Retournez votre Bulletin d'Abonnement accompagné de votre règlement à :
SAVOURS & CO - LAURENT ESTEBE EVENT
Service Abonnement*

1 bis rue Albert Kienert – 94490 ORMESSON-SUR-MARNE

*Pour tout renseignement n'hésitez à nous contacter à l'adresse e-mail suivante :
contact@savoursandco.net*

Cachet et Signature :