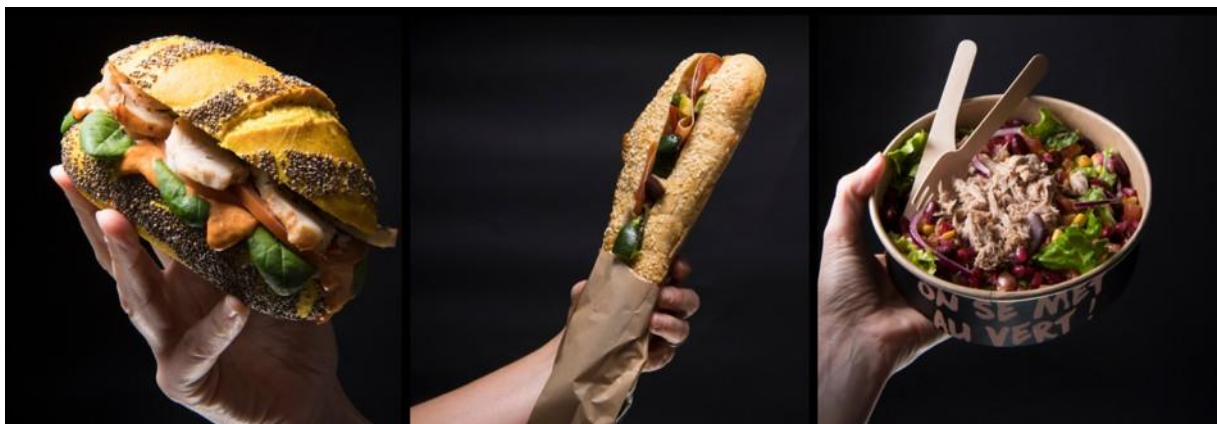




Ange mise sur la r&d et pimente sa nouvelle carte 🌶️

Dans le secteur de la neo-boulangerie, apporter de la nouveauté et de l'innovation produit est une attente des consommateurs et un axe de fidélisation. Chez ANGE, la création d'un labo R&D, il y a de cela 5 ans, a été un vrai choix stratégique. François Bultel voulait alors insuffler une nouvelle dynamique. L'équipe R&D œuvre aujourd'hui pour élaborer de nouvelles cartes, lancer les produits du mois, travailler sur le développement de nouvelles gammes et s'assurer que ANGE reste le gardien du bon goût et du bon prix.

Côté pâtisserie, un important travail de segmentation de l'offre a été mené. En ce printemps 2024, ANGE lance donc 3 gammes de pâtisseries individuelles qui viennent transformer le visage des vitrines dessert. ANGE dévoile aussi sa nouvelle carte estivale sur la thématique « Latino », avec des recettes aux saveurs ensoleillées et un travail particulier mené sur les sauces. L'occasion de retrouver l'un des sandwiches emblématiques de la gamme Veggie, mais en version totalement vegan.



LA R&D : LA CERISE SUR LE GÂTEAU DE ANGE

« Un client ANGE régulier vient en moyenne 3 à 4 fois par mois. C'est important de leur apporter de la variété et de l'innovation. Nous le faisons déjà avec nos produits du mois. Pour les cartes saisonnières, nous étudions les tendances de consommation et aimons choisir une thématique qui permet aux clients de s'évader pendant leur pause déjeuner, de découvrir de nouvelles saveurs » précise Mélanie Kervoern, Directrice Marketing et Communication de ANGE.

Les missions du labo R&D de ANGE sont complexes : il s'agit d'élaborer les nouvelles recettes mais aussi de respecter les notions de prix et d'approvisionnement sans jamais sacrifier le bon produit et le bon goût. Patrick Vanbremeersch est responsable du développement de la gamme sucrée et salée et explique que : « Il faut compter trois à quatre mois pour statuer sur une nouvelle carte, un mois de réflexion pour travailler les recettes puis nous entamons le process de dégustation avec le comité de direction. Nous nous rapprochons ensuite des différents services que sont les achats, l'hygiène, la communication... Pour le choix de la thématique, il y a bien sûr nos réflexions en comité R&D, les retours des consommateurs mais aussi ceux des franchisés ».

UNE SEGMENTATION DE L'OFFRE EN PÂTISSERIE, EN PLUS DE LA TARTERIE

ANGE travaille depuis plusieurs mois sur la segmentation de son offre en pâtisserie qui se devait d'évoluer, aux côtés de la tarterie et de la viennoiserie (historiques chez ANGE). La marque lance donc en ce printemps 3 gammes de pâtisseries individuelles. Les prix sont attractifs – allant de 2,50 à 3,80 € – et les recettes soignées et gourmandes comme la meringue Speculos Caramel, l'éclair façon Paris-Brest ou encore le Saint-Honoré.



« Cette nouvelle offre, déployée au national depuis début avril, vient complètement transformer le visage des vitrines produits ! Nous avons mené un important travail de R&D sur ces recettes, les appareils, les fiches techniques, la fabrication sur place et une grande vague de formation auprès de nos équipes partout en France ! Nous sommes fiers du résultat obtenu, qui nous permet de couvrir de nouvelles occasions de consommation »
se réjouit Patrick Vanbremeersch.

UNE CARTE ESTIVALE AUX AIRS LATINO

La nouvelle carte, disponible dès le 10 avril dans toutes les boulangeries ANGE de France, propose 15 nouvelles recettes salées et sucrées (sandwichs, salades, desserts). Parmi les produits phares, des pains colorés comme le sandwich Latino au paprika ou le Sombrero au curcuma. Pour les desserts, les fruits exotiques sont de sortie avec par exemple le tiramisu chocolat / banane ou la tartelette mangue/ passion / coco.

« Nous avons travaillé l'avocat, les poivrons, les agrumes, le chorizo et le jambon cru bien sûr. Le sucré salé s'invite aussi dans notre salade Flamenco mêlant chorizo grillé, pomme et grenade ! Un travail particulier a été mené sur les sauces, plus ou moins relevées qui viennent apporter du peps à nos recettes » explique Patrick Vanbremeersch.

DES OPTIONS VEGGIE/VEGAN RECHERCHÉES PAR LES CONSOMMATEURS

En novembre, ANGE lançait sa première gamme Veggie avec l'ambition de tester, sur un mois, ces produits que l'on retrouve peu en boulangerie et qui pourtant font partie des grandes tendances de consommation. Les clients ont largement plébiscité le maintien d'une offre veggie dans la gamme et ANGE a fait le choix de conserver dans ses 255 boulangeries l'ABB (Ange Burger Baguette), avec, cette fois, un cheddar végétal et le hâché végétal. Une recette totalement vegan donc. Dans la nouvelle carte estivale, ANGE propose également une salade Penne Avocado veggie.