



La toQue

n°277
FÉVRIER 2017 - 10 €

MAGAZINE

www.latoque.fr

LE PARTENAIRE INDÉPENDANT DES ARTISANS BOULANGERS,
PÂTISSIERS, CHOCOLATIERS, CONFISEURS, GLACIERS

BLÉS ANCIENS

Un regain d'intérêt p.49

TENDANCES La pâtisserie s'intéresse au mode vegan <small>p.10</small>	PORTRAIT Louis Tortochot Le magicien du feuilletage <small>p.30</small>	REPORTAGE Arnaud Larher Du raffinement en boutique <small>p.42</small>
---	---	--



Magasin | Reportage

Arnaud Larher

Du raffinement dans l'agencement

Rue Caulaincourt à Paris, Caroline et Arnaud Larher ont réussi à créer trois boutiques en une. Le subtil travail sur les matières et les lumières valorise chaque famille de produits.



Les nombreuses matières sont judicieusement assemblées, comme dans les créations d'Arnaud Larher.

AVANT, LES PASSANTS POUVAIENT LITTÉRALEMENT LÊCHER LA VITRINE DES PÂTISSERIES, adossée à la devanture. Mais la boutique, datée, ne mettait pas suffisamment le chocolat

en valeur. Pour les 20 ans de leur maison, dont 16 passés à cette adresse, Caroline et Arnaud Larher ont tout repensé.

Jeu de textures

« Travailler ce qui ne se voit pas », telle est la devise du Meilleur Ouvrier de France Pâtissier. « Si j'utilise trois ingrédients, je travaille une texture différente pour chacun afin que, sans s'en rendre compte, le client puisse les identifier facilement », explique-t-il. Le même procédé se lit en filigrane dans le nouvel espace de vente, où de multiples matériaux ont été utilisés, avec un remarquable sens du détail. Chaque élément a une signi-

fication. Le sol – des carreaux de ciment qui forment des cercles – fait référence à la rondeur des gâteaux. La tôle rouillée, le bois, le carrelage métro et les briquettes rappellent l'environnement montmartrois et l'esprit atelier. Pour la caisse, le couple a choisi un marbre nervuré qui fait penser au chocolat. « Tout ce que vous présentez ici se vend, explique Caroline Larher, son épouse. Il faut que ce soit un bel objet, un bel endroit. »

De la fluidité

La prouesse consiste à guider sans contraindre. L'espace est suffisamment vaste pour que les individus puissent se

croiser sans se gêner. Conçu comme une promenade, le magasin cueille le consommateur à l'entrée, avec les élégants entremets individuels exposés sur fond noir, près de la porte. Les pièces familiales sont présentées dans l'angle et les macarons, juste après, à proximité de la caisse. Le jour de notre visite, la dernière création du chef – le chocolat fumé – y trône en star.

L'emplacement des bonbons de chocolat étonne : ils se trouvent tout au bout de la boutique, en retrait. « Je voulais garder l'esprit chocolatier, où l'on sert les assortiments à la demande, note Arnaud Larher. C'est une vente qui demande beaucoup de conseils, d'accompagnement. » « Parfois, le choix prend un peu de temps, ajoute Caroline. En plaçant la vitrine à l'écart, on ne gêne pas le reste du magasin et on offre un espace au calme, privilégié. »

Le picking valorisé

Rue de Seine, le couple Larher avait déjà constaté l'appétence des consommateurs pour les petits produits à emporter. « Ils aiment regarder sans qu'on leur saute dessus et pouvoir se servir seuls,

Ses 2 astuces pour réussir ses ventes

Le luxe se niche dans les détails. Rue Caulaincourt, l'invisible se rend efficace...

1 Chaque vitrine dispose d'une hauteur adaptée. Là où l'ancien présentoir culminait à 60 cm (« les clients devaient se plier »), les pâtisseries s'élèvent désormais à 80 cm, et les chocolats, à un mètre.

2 Le meuble en bois adossé à l'extérieur dissimule des tiroirs, mais aussi deux tabourets et une tablette amovibles. « Afin d'obtenir l'autorisation pour une terrasse, il nous fallait des places à l'intérieur, explique Caroline Larher. Grâce à ce meuble, nous les avons mais nous pouvons aussi les ranger quand nous avons besoin de place. »



A l'extérieur, le nom d'Arnaud Larher s'illumine sur fond de plaque en tôle rouillée. Un véritable phare !



ARNAUD LARHER

REPÈRES

▶ La galaxie Larher représente **trois adresses à Paris** : rue Caulaincourt (18°), rue Darnémont (18°) et rue de Seine (6°). Depuis peu, le pâtissier est également présent à **Athènes**, en Grèce. Et il ouvrira prochainement une boutique à **Tokyo**, au Japon.

▶ L'entreprise emploie **12 pâtissiers, quatre apprentis, et huit vendeurs.**

▶ Elle génère **2,3 millions d'euros** de chiffre d'affaires.

▶ Le réagencement de la boutique historique (60 m²) a nécessité **180 000 euros** et un mois de travaux.

explique Arnaud Larher. *C'est également libérateur pour les touristes qui peinent à formuler leur demande.* » Fort de ce constat, le pâtissier a opté pour deux bibliothèques modulables dans les moindres détails. Sur le mur du fond, les tablettes de chocolat sont présentées à la verticale, sur des planchettes ajustées, sur 15 cm de profondeur. Les caramels, mendiants, oranges, etc, pré-emballés, disposent de 25 cm. A gauche du magasin, un meuble en bois sur mesure accueille d'autres



Caroline et Arnaud Larher ont confié à l'architecte Thibault Lefevre le réagencement de leur boutique historique.

« pickings », comme les mini-cakes caractéristiques de la maison. *« Ces espaces en libre-service ont permis aux clients de découvrir – ou re-découvrir – certaines de nos références »,* affirme Caroline Larher.

Aucune zone d'ombre

« Le travail sur la lumière est très important, remarque l'artisan. La boutique doit rayonner de jour comme de nuit, en hiver comme en été. Les suspensions sont là pour l'ambiance : dans chaque espace, des leds éclairent les créations au plus près, pour que les visiteurs ne créent pas d'ombre en se plaçant devant. » Le pâtissier-chocolatier est aussi conscient du besoin de réassurance des consommateurs. *« Même chez un Meilleur Ouvrier de France, ils peuvent demander si les produits sont faits maison »,* constate-t-il. La transparence prend forme ici avec un écran, qui diffuse des vidéos tournées dans le laboratoire, sur les fabrications et les nouveautés. *« Certains sont étonnés du nombre de personnes qui œuvrent derrière et de la masse de travail que les créations en boutique représentent, reprend Arnaud Larher. Cela nous permet de valoriser notre métier et notre savoir-faire. »* ♦

Cécile Rudloff



ARNAUD LARHER

Grâce à la bibliothèque de tablettes de chocolat, les ventes de ces produits ont augmenté de 50 %.



« Les clients aiment déguster les produits tout en étant au cœur du magasin », affirme Arnaud Larher.