



Innovations Trophées 2017

PRODUITS NON ALIMENTAIRES

COLLECTION D'USTENSILES EXPRESS YOUR CHEF PREMIUM

Terraillon

Lancement
Janvier 2017

PVI
De 13 € (l'ustensile) à 55 €
(kit bol multifonctions)



LES PLUS

- Un positionnement moyen-haut de gamme mais accessible, compatible avec le plaisir lié à la pâtisserie
- Des kits multifonctions gain de place pour pâtisser comme un pro sur un plan bien organisé: bol 5 en 1, kit rouleau à pâtisserie, kit range ustensiles...
- Le soutien marketing d'un pâtissier médiatisé, Christophe Michalak

DR

DESIGN NON ALIMENTAIRE



Terraillon, ou comment faire de la pâtisserie comme un pro

Archileader dans les balances culinaires, Terraillon assoit sa présence dans la cuisine avec une collection d'accessoires design cautionnés par le pâtissier Christophe Michalak.

«En parallèle de nos produits connectés, nous développons l'univers de la cuisine, qui reste ancré dans l'ADN de Terraillon, en positionnant la marque sur un nouveau secteur, celui des ustensiles.»

Didier Bollé,
PDG de Terraillon

Deux années de recherche ont été nécessaires pour concrétiser cette gamme d'ustensiles de cuisine. C'était l'un des relais de croissance identifiés par Didier Bollé pour déployer Terraillon dans la maison. «*Nous avons 50 % de part de marché en balances de cuisine, explique le PDG. Il paraissait évident d'enrichir notre offre avec des ustensiles, notamment pour la pâtisserie, principal usage de la balance. Nous voulions nous différencier avec des objets malins et nous positionner comme une marque qui inspire.*»

Pas évident, cependant, de réinventer le cul-de-poule, le fouet ou la maryse. D'autant qu'au même moment, sur ce marché –de plus en plus dopé par l'engouement pour les émissions culinaires–, d'autres ont eu la même idée. Les MDD de Carrefour, Auchan et Boulanger, entre

autres. Pour trouver le bon créneau, Terraillon a commencé par s'adresser aux étudiants de l'école de design de Nantes, afin d'analyser, en externe, la perception marketing de la marque.

Premium ou access

Une fois ces items récoltés, l'équipe R&D a confié son projet au collectif 5.5. Design Studio. Très vite, le made in France s'est imposé, tout comme les codes gourmands de la pâtisserie et les matériaux, silicone et inox. «*Nous n'avons pas trouvé d'industriel en France, mais le design est d'ici, et l'usine qui fabrique, à Shenzhen, Super Silicone, appartient à un Français, Jean-Charles Viancin*», argue Didier Bollé. Et puis, la gamme Express Your Chef bénéficie de la caution de Christophe Michalak, télégénique pâtissier «bleu-blanc-rouge» et valeur sûre dans cet univers. Ayant donné son avis sur les pro-

totypes, puis testé les échantillons lors de ses «master classes», le chef trône sur les packagings. La gamme premium affiche des accents rouges gourmands et des spécificités sûres. Tels le bol «5 en 1», ou les kits rouleau à pâtisserie et range-ustensiles 2 en 1. Bien sûr, l'iconique balance Macaron y figure en bonne place. À côté de la gamme premium, ce design se décline en «access», 50 % moins cher que le premium, 100 % silicone sans inox. «*Les spécificités sont les mêmes en termes d'ergonomie et de design, assure Didier Bollé. La gamme premium nous a permis d'être référencés chez les spécialistes, tandis que l'access apporte de l'attrait aux rayons des GSA.*» Ces positionnements sont en test dans plusieurs magasins et, au-delà de la pâtisserie, Terraillon prévoit déjà d'élargir Express Your Chef à l'ensemble des disciplines culinaires. ■ **LAURENCE ZOMBKE**