

La clé de la réussite : « Un produit de bon sens paysan »

Des consommateurs ont qualifié la tarte fine forestière de Maître Pierre de saveur de l'année 2011. Une reconnaissance nationale pour cette société sarrebourgeoise qui fait manger de la flammekueche aux Américains.

Bien goûtue, bien aromatisée, très bonne alliance des aliments. »

Ce consommateur ne connaît ni le nom ni la marque de la tarte flambée qu'il a notée. Ils sont 120 dans toute la France à avoir évalué à l'aveugle, en laboratoire sensoriel, la tarte fine forestière de Maître Pierre.

Le produit de la société sarrebourgeoise est reconnu saveur de l'année 2011, une distinction attribuée chaque année après une vaste campagne de dégustation encadrée par le premier centre de qualité consommateurs français.

« Il s'agit d'une recette particulière avec 50 % de champignons sauvages, du parmesan, de la crème. On la fabriquait déjà pour des clients aux États-Unis et elle est sortie en France en octobre », explique Daniel Pierre, président-directeur général de Maître Pierre, société qui commercialise les produits fabriqués au sein de l'unité Flamm'Top, dans la zone de la Bièvre.

La clé de la réussite repose sur de la pâte, de la crème, des lardons, des oignons, « un produit de bon sens paysan », qui ouvre la porte à un chiffre d'affaires de 16 millions d'euros.

L'aventure débute en 1985 lorsque Daniel Pierre décide de surgeler et commercialiser la tarte flambée cuisinée dans le

restaurant créé par son grand-père à Hoff.

La force de l'export

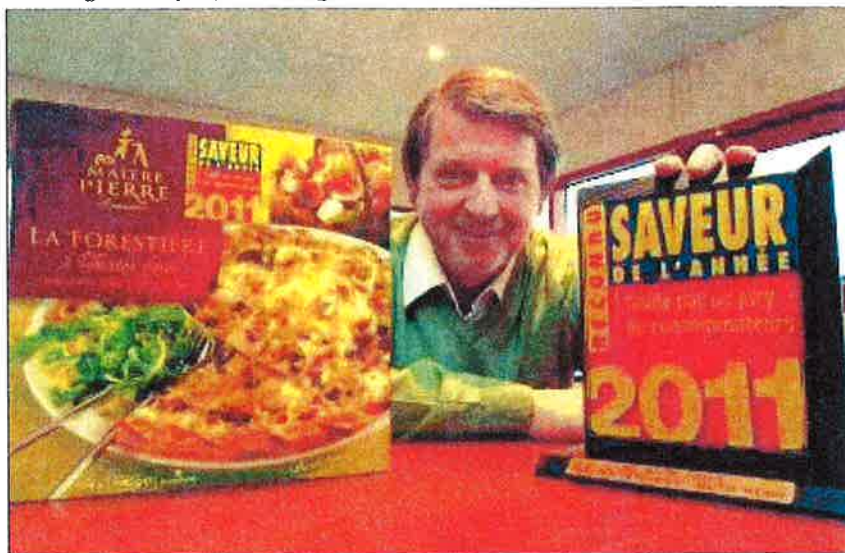
Avec 150 employés, l'entreprise fabrique 70 000 tartes par jour, soit 13 millions par an, destinées à la grande distribution. La gamme comprend une douzaine de produits différents.

« Nous travaillons de plus en plus à l'export. L'Allemagne représente 40 % du chiffre, la Suisse, la Belgique, le Luxembourg, l'Angleterre, le Canada et les États-Unis concentrent 25 % ».

Les Américains sont friands de tarte flambée depuis la seconde Guerre Mondiale. « Les militaires de la base américaine installée à Phalsbourg venaient déjà manger de la flamm au restaurant à Hoff et trouvaient ça bon », raconte Daniel Pierre. À peine son affaire lancée, l'homme envoie une étudiante outre-Atlantique pour tâter le marché. Les premières relations avec l'Amérique se nouent en 1988.

Aujourd'hui les fonds de tartes de Maître Pierre se dégustent jusque dans un restaurant gastronomique new-yorkais. « Un jeune chef alsacien y travaille et a réclamé notre pâte pour confectionner la tarte flambée. »

Le marché américain se développe fortement et l'entreprise sarrebourgeoise escompte un



Daniel Pierre, PDG de Maître Pierre : « Nous avons un processus de fabrication particulier qui est difficile à reproduire et nos bords de pâte sont tressés à la main. » Photo Laurent MAMI

chiffre bien plus conséquent l'an prochain. « Cela représente déjà un à deux millions d'euros et ça augmente tous les ans. Nous vendons même des fonds de tarte à des industriels américains qui fabriquent leurs propres produits. »

Conquérir l'Asie

Maître Pierre a l'intention de se lancer à la conquête d'autres

pays en Europe de l'Est, en Asie, au Maghreb.

« On est en train de reprendre l'Angleterre qu'on avait perdue parce le produit et le packaging n'étaient pas adaptés au pays. »

Au Québec, la mayonnaise prend. « Tout ce qui vient de France est bien perçu. Il faut simplement prendre le temps de se faire connaître. »

La relève a défriché le terrain. Grégory, le fils aîné de Daniel

Pierre, a étudié et travaillé plusieurs années au Canada et se retrouve chargé des marchés d'export au sein de la société sarrebourgeoise. Son frère Arnaud, sorti de l'institut Paul Bocuse, œuvre en recherche et développement. La tarte flambée de la famille Pierre n'a pas fini d'étaler sa pâte autour de la planète.

M.M.