

DANS LES COULISSES DES ENTREPRISES (6/10)

Chez Bargello, l'été est glacé

Écrit par Catherine Kurzawa

Publié The 15.08.2022



2022 marque la 10e saison estivale de Bargello, l'enseigne luxembourgeoise de glaces à la florentine. (Photo: Matic Zorman/Maison Moderne)

Le glacier luxembourgeois adepte des recettes à la florentine connaît une saison estivale particulièrement dynamique cette année. Ses effectifs sont quadruplés durant les beaux jours.

Les 24 pots cylindriques sont soigneusement encastrés dans le comptoir. Chacun renferme l'une des glaces de la maison Bargello, ouverte à Luxembourg en avril 2013. Cet été est le 10^e d'activité pour la PME fondée par Laura Fontani: «Nous connaissons une saison incroyable, elle a commencé en mars, et, depuis, le rythme ne s'est quasi pas arrêté», explique-t-elle.

À l'arrière de sa boutique située rue du Fort Elisabeth, les clients connaissent la vaste terrasse ensoleillée, mais moins l'atelier où sont produites les glaces à la florentine. On y retrouve un laboratoire où la crème

fournie par Luxlait est refroidie à -40°C et mixée avec des ingrédients en provenance directe de l'atelier de découpe voisin.

La glace s'écoule non seulement dans le point de vente du quartier Gare, mais aussi dans les enseignes de grande distribution Cactus, Cora, Monoprix et Pall. «Cela nous permet de maintenir une certaine continuité de l'activité tout au long de l'année», commente l'entrepreneuse italienne.



Une fois glacée, la crème est mélangée aux ingrédients, ici des cerises confites. (Photo: Matic Zorman/Maison Moderne)

3 / 3



De Luxembourg à Bruxelles

Elle a toujours été attirée par les glaces à la florentine, puisque son père était propriétaire d'une enseigne dans son Italie natale. Mais elle est finalement tombée dans la sorbètière plus tard qu'escompté, après une première carrière dans la finance. À Luxembourg, Laura Fontani a joué la carte de l'expérimentation sur un marché où elle ne voyait pas de concurrents actifs sur le segment.

En 2018, elle a ouvert son deuxième point de vente, situé à Bruxelles. Du côté des parfums, le magasin bruxellois tire son épingle du jeu, avec une gamme végane réalisée à base de lait de coco, alors qu'à Luxembourg, les déclinaisons les moins sucrées sont très demandées. En ce qui concerne les crèmes

classiques, le quatuor pistache, chocolat noir, cheesecake myrtille et Vespucci (ricotta, figues et miel) trône en tête de la demande.

Gare au mythe de la canicule

«Au début, j'ai utilisé des recettes de la 'gelateria' familiale, puis je me suis inspirée de nouvelles recettes grâce à des amis, des suggestions de clients, mais lors de visites en Italie», résume la glacière. Elle emploie 20 salariés en été, quatre fois plus qu'en hiver. Il faut dire que certaines journées peuvent être chargées, avec 200 à 300kg de glace produite, dont certains parfums s'écoulent en une demi-journée à peine.



Le paquet de glace d'un litre est démontable pour permettre une réutilisation et un recyclage plus faciles. (Photo: Matic Zorman/Maison Moderne)

3 / 3



La saison se déroule traditionnellement d'avril à septembre, avec, en plus des canaux principaux de vente, trois bicyclettes ambulantes qui font arrêt dans des parcs, et même des événements privés. Gare toutefois au mythe du glacier heureux de voir une canicule marquer l'été: «S'il fait trop chaud, les gens ont moins envie de manger, et davantage de boire. L'idéal pour notre commerce, c'est une météo bonne, mais pas étouffante.»

Des emballages circulaires

La glacière fait face aux tensions d'approvisionnement en matières premières aussi bien sur les tarifs que sur la logistique. «Auparavant, je pouvais passer mes commandes deux à trois semaines plus tôt; aujourd'hui, c'est deux à trois mois à l'avance», résume-t-elle. Outre les emballages, la flambée du prix du dextrose a été particulièrement sensible dans sa trésorerie, mais aussi dans son stock, puisque ce produit importé du Royaume-Uni a fait les frais des conséquences du Brexit. La commerçante s'est donc tournée vers un fournisseur italien.

Dans une démarche de circularité, l'entreprise a aussi adopté de nouveaux emballages, avec un boîtier démontable pour les achats au litre: la glace est placée dans un contenant en plastique recyclable, qui est entouré de deux coques en polystyrène réutilisable. Les ventes de boules à emporter restent, elles, dans des godets en carton, à moins que l'appétit des clients ne les pousse à opter pour le biscuit, histoire de faire de ce plaisir estival une formule «zéro emballage».

Rendez-vous lundi prochain dans les coulisses de l'entreprise Post.

Laura Fontani **Bargello** **Cactus** **Cora** **Monoprix** **Pall**
