

Midi Libre

La passion du chocolat

La série de l'été (1/7) | Tous les mardis, des bonnes adresses en Lozère.

Sylvie Faucher est maître chocolatière. Elle a créé son commerce Secret de cacao à Langogne où elle est installée depuis maintenant deux ans.

Après avoir travaillé dix ans à Lyon en tant que chocolatière pour Bernarchon, l'un des plus grands en France, Sylvie Faucher réalise qu'elle pourrait s'installer à Langogne. Une ville dont elle est originaire, mais surtout amoureuse.

Il y en a pour tous les goûts

Le chocolat, c'est une passion pour elle ainsi que pour son apprenti Jérémie. Chaque jour, ils font de nouveaux essais, tentent des recettes inédites pour innover et satisfaire tous les goûts. Les gourmands pourront ainsi goûter aux pralinés noisette, amande, spéculoos, aux ganaches à la myrtille, aux pâtes de fruits à la sangria de Jérémie, mais encore bien d'autres spécialités.

La chocolatière, maintenant connue sur la commune, est sensible à l'équilibre des goûts. «*Ce que j'aime par exemple, c'est que la menthe soit en accord avec le chocolat, qu'il n'y ait pas de dominant*», raconte-t-elle.

Aujourd'hui, Sylvie Faucher a de bons retours; les clients semblent satisfaits. Certains sont des habitués à la semaine et profitent du marché le samedi matin pour venir acheter leurs gourmandises. «*Des petits en voyage scolaire ramènent des chocolats à leurs parents, ça me fait très plaisir*», se ravit-elle.

Des clients fidèles, et ce n'est pas



■ C'est avec l'aide de son apprenti Jérémie, que Sylvie Faucher réalise ses fameux chocolats. Du plaisir pour les papilles...

sionnels tels que Marcon ou encore Bernarchon. C'est ainsi que cette passionnée a appris à travailler le chocolat, un métier qui demande une extrême précision et beaucoup de temps, puisqu'il se fait en trois étapes: la fabrique, la découpe, et enfin l'enrobage.

En fonction de la période de l'année, il est possible de trouver divers motifs sur les chocolats, mais Sylvie

Elle a d'ailleurs pour projet de créer prochainement une référence au chemin de Stevenson sur un chocolat goût verveine. Le chemin commence en Haute-Loire et la verveine de Velay est réputée. Un autre projet: celui de décorer une spécialité avec Gargantua, un personnage connu en Lozère et qui aura son goût associé aux marrons des Cévennes.

Sur certains chocolats, l'on retrouve

table effort qui rend, au-delà de l'agréable aspect gustatif, le chocolat attractif.

Ses chocolats ont fait le tour du monde

En plus de passer au magasin, il est possible de passer des commandes à distance. Ainsi, la Langonnaise a envoyé ses spécialités aux quatre coins du monde, notamment en Guadeloupe que font Jérémie et Sophie, vendeuse au magasin. «*Si je m'en sors, c'est parce qu'on forme une bonne équipe, il y a une bonne ambiance*». Jérémie, qui a validé son CAP chocolaterie cette année se dit «*ravi de travailler à ses côtés*». Et ce n'est pas fini! En effet, le jeune chocolatier a pour projet de poursuivre son apprentissage en suivant le même chemin que son maître puisqu'il prévoit de passer son brevet technique des métiers chocolaterie près de Toulon, le même qu'avait passé une certaine chocolatière langonnaise.

MANON ZAMPIELLO

redac.mende@midilibre.com

La chocolatière a remporté le trophée Lozère gourmande

Sylvie Faucher a récemment remporté le trophée Lozère gourmande. Un concours auquel tous les producteurs de Lozère peuvent s'inscrire. La chocolatière a alors profité de l'occasion pour présenter diverses spécialités. Et ce fut pour elle une agréable surprise puisqu'elle a reçu d'excellents résultats et notamment la meilleure note de tous les artisans présents,

celle de 20/20 en dégustation.

Une récompense dont elle peut-être fière d'autant plus que, comme elle l'explique, «*c'est une bonne chose pour le côté commercial, et surtout pour faire connaître mes produits en Lozère*».

Ainsi, le travail et le sérieux de la chocolatière sont reconnus, et ce, pour la plus grande satisfaction des amateurs de chocolat.



Une nouvelle classe expérimentale de 3^e à la rentrée

Samedi, l'école et le collège Saint-Joseph ouvraient leurs portes aux futurs élèves et à leurs parents. Ils ont pu découvrir les activités, ateliers Montessori et de sophrologie, sections et options sportives. La directrice a également présenté les contours de la nouvelle classe expérimentale qui ouvrira en septembre.

À son arrivée, le public était accueilli à la salle des fêtes avant d'être pris en charge par un professeur. Celui-ci a assuré la visite du gymnase, du bâtiment Saint-Joseph et de sa chapelle, ses nombreuses salles de classe renouvées comme celles de SVT, technologie... animées le plus souvent par des élèves.

« La classe citoyenne du monde »

C'était l'occasion de présenter la nouveauté de la rentrée 2019 : une classe expérimentale de 3^e baptisée « Albert Schweitzer ». En 2016, l'établissement avait ouvert une classe de 6^e du même type. L'année suivante, une classe de 5^e, puis de 4^e. L'idée est de proposer aux mêmes élèves un parcours expérimental. Celui-ci est d'ores et déjà suivi par des enseignants-chercheurs de l'Université de Strasbourg. Les objectifs de la classe Schweitzer ? « Sensibiliser les élèves aux



Anis Tighezza, professeur de technologie, présente les travaux réalisés par ses élèves. PHOTO DNA

valeurs de paix, de citoyenneté et de solidarité. Il s'agit de donner une dimension humanitaire aux actions en s'appuyant sur la communication, intensifier l'usage des langues », indique Delphine Long, cheffe d'établissement.

ment. Nous formons les élèves depuis leur entrée au collège dans ces principes. » En 6^e, les jeunes collégiens se sont concentrés sur la musique et les arts plastiques dans le cadre de pédagogies innovantes. En 5^e avec Gutenberg, les élèves ont travaillé la langue française pour améliorer leurs capacités d'expression. La classe de 4^e Ushubaia a planché sur la nature « pour monter qu'autour de nous, il y avait la nature qu'on devait respecter, comme Marie-Dominique Delmas. On doit apprendre aussi à prendre du recul sur tout, y compris sur ses propres apprentissages, pour pouvoir progresser. »

Qu'en sera-t-il de la classe Schweitzer ? « La suite logique était l'ouverture au monde avec cette future classe. Cela permet aux élèves, maintenant qu'ils ont été formés comme des citoyens dans leur intégralité, de s'ouvrir au monde et d'aller amener leurs connaissances au reste du monde ». Et de conclure « tout ce qui est testé au niveau des classes expérimentales est destiné à s'étendre à tout l'établissement. » ■

Bruno LEFFEBVRE

VISITE DU JAPON COMME UN JAPONAIS

KANSAI GUIDE

IL EST RELATIVEMENT FACILE DE VOYAGER SEUL AU JAPON. LES RESEAUX DE TRANSPORTS SONT TRÈS DÉVELOPPÉS. LES JAPONAIS SONT ACCUEILLANTS ET L'ON TROUVE FACILEMENT DANS LES GRANDES VILLES DES CENTRES D'INFORMATIONS TOURISTIQUES. CEPENDANT, FACE À TOUTES LES POSSIBILITÉS QUI S'OFFRENT À NOUS, IL PEUT ÊTRE DIFFICILE DE FAIRE SON CHOIX. LES INFORMATIONS PROPOSÉES RESTENT DE PLUS SOUVENT GÉNÉRALISTES ET PEU APPROFONDIES. IL PEUT ALORS ÊTRE JUDICIEUX DE FAIRE APPEL À UN GUIDE FRANCOJAPONAIS S'ADAPTERA À VOS ENVIES, VOS INTÉRÊTS ET VOUS FERA DÉCOUVRIR UN JAPON AUTHENTIQUE.

L'AGENCE KANSAI GUIDE

Kansai Guide est une agence japonaise qui propose un service de guides et d'accompagnement francophone pour les visiteurs souhaitant se rapprocher au plus près d'une culture japonaise authentique. La société est également prestataire de services pour les professionnels du tourisme (tour-opérateurs, agences de voyages, etc.) afin de faciliter leur développement au Japon.

Les guides, d'origine japonaise ou française, sont des passionnés de l'archipel possédant des connaissances avant sur l'histoire et la culture que sur le territoire local du Japon. Le fondateur de l'agence, Cédric Yukio Itohata, né d'un père français et d'une mère japonaise, est un guide originaire du Kansai qui décrit d'ouvrir son entreprise, motivé par son désir de faire découvrir cette région emblématique, unique par le dialecte de ses habitants et leur accueil chaleureux, feyer historique et culturel et centre gastronomique du Japon connu pour ses nombreuses spécialités culinaires.

On ne peut ainsi aborder le Kansai sans faire référence à la renommée culturelle et religieuse de ses capitales. Nara fut la première capitale du Japon et Kyoto devait le rester, elle aussi, pendant plus de mille ans. Elle eut la chance de ne pas être bombardée pendant la Seconde Guerre mondiale et l'on peut toujours voir séparer la fine fleur de la culture japonaise dans

son écrin naturel. Au sud-ouest de Nara se trouve Nara-san, un des monts bouddhistes les plus sacrés du pays, tandis qu'au sud-est se trouve Ise-jingu, l'un des sanctuaires shinto les plus connus du pays. Quant au château de Himeji, il constitue l'un des fleurons de l'architecture féodale du Japon. Le Kansai n'est pas seulement tourné

vers le passé, loin de là. La région qui englobe Kyoto, Osaka et Kobe (le Kansai) est le second pôle d'activité économique du pays, après le Kaitan qui regroupe la conurbation de Tokyo et l'archipel de Osaka, tout comme Tokyo est une ville bouillonnante d'activités. Grâce à son dynamisme, et malgré le terrible tremblement de terre de 1995, Kobe est

devenu le port le plus ouvert sur les échanges avec les pays d'Asie du Sud-Est et l'Europe : c'est une ville atypique et cosmopolite.

L'agence propose également des visites sur l'île de Honshu, entre îresités urbaine et traditions, et ses environs avec des guides qui vous feront découvrir lors d'une expérience encore Nikko et Kamakura. Enfin, dernières destinations proposées, Hiroshima et l'île toute proche de Miyajima, deux destinations qui compléteront un voyage à la découverte des immarçables du Japon. Service très appréciable également, l'accueil à l'aéroport par un accompagnateur francophone pour se laisser guider après un long voyage et arriver à son logement sans encombre. Ceci-ci sera également là pour vous aider dans vos premières démarches sur place, telles que l'activation du pass QR, la réservation de billets de train, la location d'une voiture ou l'achat d'une carte sim ou d'un pocket WiFi.

À KANSAI GUIDE, LES GUIDES, D'ORIGINE JAPONAISE OU FRANÇAISE, SONT DES PASSIONNÉS DE L'ARCHIPEL



Le marché Nishiki.

ier de Kyoto comme de la huitième merveille du monde et s'attendent à marcher dans un musée en plein air constitué par les 1 600 temples et les 400 sanctuaires répartis dans la ville. Ces mêmes visiteurs seront surpris de découvrir une grande cité urbaine qui, à l'instar des autres grandes villes du Japon, manque parfois de beauté. Ils y percevront un urbanisme avec les sempiternels lairats de câbles électriques qui courent devant les façades de la ville.

Mais ce n'est pas le rythme plus lent, une certaine monotonie et une dissonance dans le paysage urbain qui permettront de progresser peu à peu vers une découverte curieuse et amusée de la ville. La ville séduit en distillant sa culture à chaque déplacement. Si peu de temps est passé à Kyoto, il ne faudra pas manquer les incontournables : les sanctuaires Shingamo et Kamigamo, le Pavillon d'argent et le Pavillon d'or, le Ryūan-ji, le Inryū-ji, le Ninnō-ji, le Kōran-ji, le Nishin Hongō, le temple Kuzumizu-dera, le Sanjūsangen-ji et les alentours de Kyoto comme la montagne Arashiyama et le sanctuaire Fushimi-Inari.

KYŌTO AVEC UN GUIDE

Avec ses innombrables temples bouddhistes, sanctuaires shinto, jardins, sites classés au patrimoine mondial de l'UNESCO et son réputation de 30 % des trésors nationaux, on peut vite se sentir perdu et une visite optimale de Kyoto peut se transformer en épreuve insurmontable. Il peut alors être judicieux d'avoir recours à une visite guidée personnalisée. Si peu de temps est dédié à la visite de Kyoto, avoir recours à un guide permet ainsi d'optimiser son temps en évitant de se perdre dans les transports tout en obtenant de nombreuses informations importantes qui complèteront le plus culturel. Les accompagnateurs de Kansai Guide possèdent ainsi autant d'informations sur la ville que sur l'histoire et les traditions, permettant aux visiteurs de découvrir tous les secrets de la ville.

Selon vos envies, votre guide pourra vous amener sur des lieux méconnus de Kyoto, peu souvent cités

dans les guides de voyage. On pense ainsi au très calme temple Huroin, situé au nord-est de Kyoto, au pied du mont Hiei-an. Le temple est connu pour sa salle au premier étage, qui offre durant l'automne une vue exceptionnelle sur les feuilles rougissantes des arbres en automne et sur le jardin japonais en contrebas.

Avoir recours à un guide permet également de découvrir des lieux au centre de la vie locale, que l'on aurait pu avoir du mal à trouver par soi-même. On pense par exemple au marché Nishiki-Kyō-dōri à ne manquer sous aucun prétexte. Situé dans une rue du quartier de Nakagyo-ku, à Shijō-dōri, c'est le marché alimentaire le plus vivant de la ville, ouvert tous les jours du lever au coucher du soleil. Autre exemple peu connu, la rue des 'Yokai' (monstres japonais). Cette rue calme, aussi connue sous le nom de chijō-dōri, ne se serait pas démantée de ses voisines sans les multiples statues de Yokai placées devant tous les commerces. Votre accompagnateur vous fera sans nul doute découvrir une nouvelle facette de Kyoto, loin de l'image de Cité impériale et de ville aux temples et sanctuaires. Ainsi, savoir-cinématographique ? Pourant, par une journée d'hiver de 1995, Kyoto Bento projeta pour la première fois au Japon un film sur les murs de son entreprise. On trouve toujours sur les bâtiments un signe indiquant l'emplacement exact où se tint cet événement historique. L'industrie du film se développa à l'ouest de Kyoto, dans le quartier de Uramasa, long-temps surnommé « Hollywood du Japon ». Durant les années 50, l'âge d'or du cinéma japonais, Kyoto fut le centre de cette industrie. Dans le quartier de Kigamachi, des maisons d'hôtes se développèrent ainsi pour accueillir les acteurs, les auteurs et les réalisateurs. Toei Studio est, aujourd'hui encore, le plus grand studio de cinéma du Japon. Mais étendus à Kyoto, ce n'est pas moins de 60 films que les studios produisaient chaque année durant les décennies 50 à 60. On peut maintenant visiter le parc Toei Egamura et se balader dans des décors de films où, aujourd'hui encore, de nombreuses scènes sont tournées.

Les clés pour bien choisir son point de vente

EMPLACEMENT. Un véritable sésame pour se lancer dans la franchise. Interview de Laurent Kruch.



LAURENT KRUCH, PRÉSIDENT DU CABINET TERRITOIRES & MARKETING ET MEMBRE DU COLLEGE DES EXPERTS DE LA FEDERATION FRANÇAISE DE LA FRANCHISE

PAR CHARLES GAUDIN

◆ **ANALYSER LE DIP (DOCUMENT D'INFORMATION PRÉCONTRACTUELLE)**

La loi Doubin impose pour tout préalable au franchiséur de fournir au candidat un état local du marché dans le cadre du DIP qui doit permettre à ce dernier de s'engager en toute connaissance de cause. Ceci est un premier niveau d'information sur

la zone d'implantation. Le franchisé doit aller au-delà et mener sa propre enquête pour intégrer davantage de paramètres dans sa prise de décision.

◆ **RÉALISER UNE ÉTUDE DE MARCHÉ**

Pour réaliser cette étude d'implantation locale, qui est de la responsabilité du franchisé, avec une prévision de chiffre d'affaires, il est préférable de s'entourer d'un spécialiste. La banque va la demander, aussi est-il nécessaire qu'elle soit complète et très bien documentée. Pour cela on peut faire appel à une Junior Entreprise, à sa Chambre de Commerce ou se tourner vers un spécialiste qui la facturera environ 3 000 euros.

◆ **NE PAS ÊTRE LE « COBAYE » DU FRANCHISÉUR**

Méfiance si une enseigne vous propose un lieu géographique qu'elle n'a encore jamais

exploré. Un franchisé ne doit pas être l'expérimentateur d'une zone d'implantation et servir de cobaye à un franchiséur car le risque est beaucoup moins mesurable.

◆ **ÊTRE PROCHE DE LA TÊTE DE RÉSEAU**

Si le choix de telle ou telle ville est accepté par l'enseigne, l'attention de bien en garantir la compatibilité avec la logistique du franchiséur. Que ce soit pour les approvisionnements ou les visites et le suivi des animateurs du réseau, il ne faut pas trop se mettre à

distance de la tête de réseau pour s'assurer de la proximité de ses services.

◆ **CENTRE-VILLE OU CENTRE COMMERCIAL ?**

Plusieurs typologies d'implantation s'offrent au franchisé : centre-ville, centre commercial, gares, aéroports... On sait que le centre commercial est garant de trafic et plein de promesses en terme de dynamisme. Mais il s'accompagne de contraintes imposées comme l'amplitude des horaires, des loyers fixés par les bailleurs et

évolutifs selon la progression du chiffre d'affaires, sans parler des charges liées au fonctionnement du centre. Si l'on s'installe en centre-ville, il faut dans ce cas connaître les bons repaires et étudier le comportement des chaland et les motivations de leur présence dans la zone.

◆ **MESURER LE RAPPORT COÛT/QUALITÉ DU LOCAL**

Dans la recherche d'un local, il faut prendre son temps, certes, mais ne pas laisser passer la bonne affaire.



THINKSTOCK - ISTOCK

Le rapport coût/qualité de l'emplacement est à observer de près. S'il est bien placé, beau et visible dans un pôle de commerces, il représente un bon outil de travail à la fois en terme de superficie et pour tous les à-côtés (cave, remise, parking...). Alors même s'il est cher, ça peut être une bonne affaire !