

BOUCHE À BOUCHE

MONTÉE DE SÈVE AU JAPON

Maître chocolatier passionné et souvent récompensé, inventeur du macaron siglé et père du macaron salé, le pâtissier lyonnais Richard Sève adapte ses raffinements sucrés au délicat marché japonais.



"IL FAUT BIEN S'ENTOURER, PRENDRE LE TEMPS D'ANALYSER LE MARCHÉ,

NE PAS SE PRÉCIPITER ET, SURTOUT, SAVOIR S'ADAPTER", RICHARD SÈVE

Sur une table en Inox du laboratoire ultramoderne de la pâtisserie Sève, dans la chambre froide, des rangées de petits biscuits jaunes attendent la maturation indispensable à tout bon macaron qui se respecte. Ceux-là sont au pastis, à servir frais à l'heure de l'apéro, et sortent tout juste de l'esprit créatif de Richard Sève. L'inventeur du macaron salé, c'est lui. Et non Pierre Hermé, comme certains le proclament. Mais pas de chichis entre les deux pâtissiers, leurs produits sont de même qualité ; et le second n'est autre que le parrain professionnel du premier. Dans le labo de Champagne-aux-Mont-d'Or, les assistants s'affairent, les odeurs de praline et de cacao excitent les sens et la machine à imprimer (un modèle unique) tague en vert les macarons qui défilent. Ils seront siglés d'un SÈVE majuscule et du nom de leur parfum pour que le client sache bien ce qu'il va déguster. La question du jour – les macarons au pastis plairont-ils aux Japonais autant que ceux au caramel au beurre salé? – n'a pas encore de réponse. « Nous n'avons même pas encore lancé là-bas celui au foie gras, créé en 2000, et très apprécié lors des tests auprès d'un panel de "goûteurs" locaux! » Patience.

Car, si les Japonais sont friands de ce qui est nouveau, il faut laisser le temps à leurs palais de s'habituer aux produits européens. Richard, qu'un homme d'affaires nippon est pourtant venu chercher jusqu'à Lyon, sait qu'il ne suffit pas d'un bon produit pour s'implanter au Japon. « Il faut bien s'entourer, prendre le temps d'analyser le marché, ne pas se précipiter et, surtout, savoir s'adapter. » Pour satisfaire ses nouveaux clients, le pâtissier

a mis de l'eau dans son vin, ou plutôt moins de sucre dans ses produits. « Ils font attention, sont très à l'écoute de leur corps, de leur santé. Les normes douanières sont d'ailleurs très strictes. Ils aiment aussi les choses moelleuses, pour ne pas avoir d'effort à faire avec la bouche. » Les Sève, mari et femme, qui travaillent ensemble depuis l'ouverture de leur première pâtisserie lyonnaise, vont au Japon trois ou quatre fois par an, sans jamais manquer la période très lucrative de la Saint-Valentin. « Elle dure quinze jours. Et ce sont les femmes qui achètent. Elles prennent des chocolats pour leur amoureux, mais aussi pour leur patron, voisin, cousin... pour tous les hommes qu'elles côtoient. Selon l'importance de la personne, la boîte est plus ou moins grosse. » Dans l'optique de séduire davantage une clientèle féminine, le packaging rouge et noir d'origine a viré au rose, agrémenté d'une calligraphie très européenne. « Il faut que l'identité régionale ressorte, c'est très important pour eux. Notre logo a été retravaillé pour faire plus lyonnais! » La célèbre tarte à la praline, autre produit phare de la maison, en qui Gaëlle Sève croit dur comme fer sur le marché nippon, a dû, elle aussi, prendre ses marques. Sa pâte, à l'origine nature, est devenu chocolat, et sa couleur apparaît moins rouge. Et aux petits malins qui se demanderaient pourquoi les Sève n'inventent pas un macaron au thé vert, ils répondent en cœur : « Les Japonais n'ont pas besoin de nous pour cela. Et puis, la mode des sucreries au thé vert est obsolète là-bas! En revanche, nous réfléchissons à la création d'un macaron au yuzu [sorte de gros citron japonais]... Alléchant.

OLIVIER BOUCREUX

© DRK