



*Par Julien Boni*

NE LUI PARLEZ PAS DE CHOCOLAT  
À LA BELGE. IL SE DÉFINIT COMME ISSU  
D'UN MELTING POT ET RAPPELLE QUE  
LES CHOCOLATIERS BELGES FAISAIENT DE  
LA GANACHE, COMME D'AUTRES.  
DES CHOCOLATIERS QUI FAISAIENT AUSSI  
DU BEAN-TO-BAR À L'IMAGE, DIT-T-IL,  
D'UN BERNACHON OU D'UN BONNAT.  
PIERRE MARCOLINI RESSUSCITE LE PASSÉ  
POUR RÉINVENTER L'AVENIR.  
L'HISTOIRE N'EST-ELLE PAS RÉPÉTITION ?

PIERRE  
MARCOLINI

17



# IMAGINER SANS SE PERDRE



## LA DERNIÈRE IDÉE DE PIERRE MARCOLINI ?

« *Un été chez Pierre* », soit une offre chocolaterie inaugurée cette année pour la période estivale, un moment habituellement creux pour les artisans. « *Comment accompagne-t-on les clients jusqu'en septembre ? Il y a une attente de saveurs adaptées à toutes les saisons. Je trouvais intéressant d'ouvrir de nouveaux horizons, autour du chocolat, d'imaginer quelque chose de nouveau sans se perdre.* » L'artisan belge est donc sorti des traditionnelles collections printemps/été pour imaginer un nouveau concept : des infusions fraîches de cacao déclinées en différentes saveurs et des glaces esquimaux dont les clients choisissent l'enrobage.

Ce sont d'abord des infusions de cacao et enrobages glace. « *Cela a un sens : une ligne, une identité, un habillage. Et pour la première fois, nous l'avons immédiatement décliné au niveau mondial, alors que d'habitude nous testons. Mon équipe le permet aujourd'hui. Contrairement aux grands groupes, nous partons d'une idée, nous la déployons et nous verrons bien ! C'est un concept que nous allons enrichir dans les prochaines années.* »

De ses origines italiennes, il retient les plaisirs de la table. « *C'est le propre de l'Italie, l'acte de manger, l'acte de la table, est un acte de fête : tout s'y passe, tout se partage,*



« L'INSPIRATION EST PARTOUT : À UNE EXPOSITION D'ART CONTEMPORAIN, LORS D'UNE DISCUSSION ENTRE AMIS, LORSQUE JE DÉCOUVRE DE NOUVELLES SAVEURS AU RESTAURANT. MAIS LE FAIT DE VOYAGER PERMET AUSSI ET SURTOUT D'OUVRIER SON ESPRIT ET DE DÉCOUVRIR QU'IL Y A DU TALENT PARTOUT. ON VA POUVOIR MIXER DES SAVEURS INATTENDUES, INSPIRÉES D'UNE AUTRE CULTURE QUE LA NÔTRE. »





*l'amour et les engueulades ! (rires). Il a pouruivi son melting pot en voyageant à travers l'Europe : « Je me suis installé assez tardivement vers 30 ans alors que 25 ans les autres. C'est pour cette raison que je ne me reconnais pas dans les appellations chocolat à la française, ou à la belge. D'ailleurs à proprement parler, il n'y a pas de chocolat en France ou en Belgique. Nous personnalisons une matière venue d'ailleurs. C'est l'individu qui est intéressant à travers sa cuisine, sa sensibilité, sa signature, peu importe ses origines.*

*« C'est la gourmandise qui m'a conduit vers la pâtisserie ou le chocolat. Enfant, je pouvais manger jusqu'à 3 desserts et j'étais prêt à en troquer contre des jouets... Si je devais recommencer, je referais exactement, la même chose. Je m'épanouis dans ce métier. Avec mon équipe, on essaie de créer une marque internationale, un projet commun, partagé. Lorsque j'ai ouvert ma première boutique, on m'a traité de dingue ! « Comment envoyer des chocolats à 10 000 kilomètres ? » Aujourd'hui, l'autre bout du monde est devenu le village d'à côté.*

#### **BEAN TO BAR**

*« Il n'y a rien de nouveau, rien d'inventé. C'est un retour aux sources, à l'image de ce que font Bernachon dès le 20<sup>ème</sup> siècle ou la famille Bonnat. Remonter la chaîne de valeur est le meilleur moyen de marquer sa signature. Le "bean to bar" est devenu une tendance de fond, la meilleure preuve en est, fourni par les fabricants qui proposent des machines neuves, des conches de 5, 10 kilos... A l'époque où j'ai commencé, on ne trouvait que du matériel d'occasion. On a vu la même chose se produire dans le vin, le café ou l'huile d'olive. Qui aurait imaginé acheter 25 € sa bouteille d'huile ? Mais il faut justifier ce prix. Si on ne fait que transformer, le prix n'est pas justifié. Les chocolatiers vont repartir de la fève comme au début du 20<sup>ème</sup> siècle.*



# Les historiques

« DEPUIS MON ENFANCE, J'AI CETTE SOIF DE RÉUSSIR. J'AI UN ENTHOUSIASME FOU POUR MON MÉTIER. JE SUIS FONDAMENTALEMENT HEUREUX D'ÊTRE LE PLUS SOUVENT POSSIBLE DANS MON ATELIER. JE SUIS RAVI DE L'ÉVOLUTION. CE NE FUT PAS TOUS LES JOURS FACILE. JE ME SUIS ACCROCHÉ À UNE PHRASE : ENTRE LE RÊVE ET LA RÉALITÉ, LA SEULE PORTE QUI LES SÉPARE, C'EST LE COURAGE. »



## L'ENVOL

1995

L'Envol est un biscuit chocolat composé d'un croustillant à la noisette et d'une crème brûlée à l'orange suivie d'une mousse au chocolat noir d'Equateur.

Avec cette pâtisserie, Pierre Marcolini a décroché le premier prix de la Coupe du monde de pâtisserie 1995.



## GAMME ÉVOLUTION

2009

Nouvelle taille, nouveau poids (6-8 gr) pour une plus grande intensité gustative et une attention portée aux détails.



## MALLINE DÉCOUVERTE

1998

Adieu le ballotin ! Nouvel emballage : la Malline (mot-valise formé de malle et de praline). 34 créations exclusives formant une collection.



## LE MACARON

2010

Été 2010, Pierre Marcolini crée des macarons aux recettes de cocktails exotiques. Il sélectionne les meilleurs fruits de saison pour éditer chaque mois un nouveau macaron en série limitée.



## CŒUR FRAMBOISE

2000

Une ganache de framboise fraîche, rafraîchie de quelques zestes de citron. Le cœur framboise est l'emblème de la Maison.



## COLLECTION D'ÉTÉ

2011

Dès l'arrivée de l'été, les amateurs de cacao semblent tomber dans une sorte « d'hibernation à contrario ». C'est fort de ce constat que Pierre Marcolini s'est dit qu'il y avait peut-être moyen de réconcilier soleil et chocolat en proposant des chocolats fruités et frais. Chaque année, il crée une nouvelle collection d'été.



## CARRÉ² CHOCOLAT

2000

On réinvente la tablette de chocolat lorsqu'on se rend compte que dans le paysage du chocolat, les tablettes sont toujours rectangulaires. Quand on parle et qu'on offre un chocolat, on dit toujours : « un carré de chocolat ». L'idée était née.



## INFUSION DE CACAO

2013

Boisson qui revisite l'univers du cacao, mais aussi celui de l'infusion... Une belle puissance aromatique. Un nuage chocolaté léger.

« IL Y A AUTANT DE DIFFÉRENCE ENTRE LES FÈVES DE CACAO, QUE LES CÉPAGES DANS LA VIGNE. IL Y A DES NUANCES QU'ON NE PEUT DÉCOUVRIR QUE SUR PLACE EN EQUATEUR, À CUBA OU AU PÉROU. »

ET APRÈS...

LE CHOCOLAT  
DANS LES ANNÉES À VENIR...

Les tablettes évolueront vers des goûts toujours plus innovants. C'est surtout dans les habitudes de consommation que les choses vont bouger. On peut imaginer manger des fèves de cacao au cours de l'apéritif, les torrifier et les mélanger avec des pistaches, des noix de cajou, les saler, les poivrer... Sur le plan aromatique, d'immenses champs d'innovation sont à découvrir : c'est l'exemple d'une expérience menée au Cameroun au cours de laquelle les planteurs rajoutent du poivre du Penjab sur les fèves au moment de la fermentation pour marquer le chocolat. A suivre...



LE LAROUSSE...

C'EST EN 2015 QUE PIERRE MARCOLINI EST "ENTRÉ" DANS LE LAROUSSE.

« J'AI TOUJOURS EU UN RAPPORT PRIVILÉGIÉ AVEC LE PAPIER, SON TOUCHER. APPRENDRE QUE J'ÉTAIS À LA MÊME PLACE QUE LES GENS CÉLÈBRES M'A PARTICULIÈREMENT TOUCHÉ. »

QUESTIONS  
DE GOÛT

Un souvenir gustatif ?

*Le chocolat*

Une saveur qui vous ressemble ?

*Doux amer*

Une habitude gourmande ?

*Du chocolat chaque matin*

Un accord de saveurs parfait ?

*Caramel et chocolat*

A l'inverse, une faute de goût ?

*Champagne et chocolat*

Une devise culinaire ?

*Créer une émotion, un souvenir*

Un luxe que vous aimeriez vous accorder ?

*Du temps*

Ce qui vous motive pour la suite ?

*Les rêves*

PARCOURS

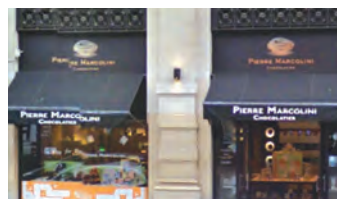
- 1964 : Naissance à Charleroi
- 1991 : Elu premier pâtissier-glacier de Belgique
- 1995 : Titre de Champion du Monde de Pâtisserie
- 1995 : Ouverture d'un atelier à Bruxelles
- 2000 : Rempporte la Coupe européenne de Pâtisserie
- 2007 : Nestlé acquiert 6% du capital de la Maison Pierre Marcolini
- 2011 : Pierre Marcolini et l'ensemble des actionnaires rachètent la participation de Nestlé
- 2015 : 350 employés et plus de 40 magasins dans le monde pour la Maison Pierre Marcolini



4 boutiques à Paris



**SAINT-HONORÉ**  
235, rue Saint-Honoré  
75001 Paris



**SCRIBE**  
3, rue Scribe  
75009 Paris



**SEINE**  
89, rue de Seine  
75006 Paris



**POP UP CARROUSEL DU LOUVRE**  
99, rue de Rivoli  
75001 Paris