



Marché

Depuis 1961, l'année où la marque a été déposée, Häagen-Dazs a très vite rejoint le club des marques mythiques, tellement la montée de sa popularité fut rapide. Positionnée dans un univers associé à l'élégance et au plaisir, la marque est le symbole, pour nombre de consommateurs, de style, d'innovation et de qualité. Le marché de la crème glacée est en pleine croissance au Maroc.

En effet, sur un marché morose porté par la tradition et le rapport qualité/prix, la marque répond à l'attente d'innovation grâce à une offre



décagée, initiant ainsi les principaux leviers de croissance du secteur: des recettes originales au goût inimitable, des produits de qualité, de nouveaux segments plaisirs gourmands. Avec dans chaque pays un succès immédiat et une popularité croissante.

De nos jours, Häagen-Dazs est présent dans plus de 60 pays à travers le monde. Aussi, elle est sans conteste une marque internationale et numéro un dans plusieurs pays comme la France, l'Angleterre, le Canada, le Japon, les USA...

Au Maroc, la marque figure au premier rang sur le marché national de la glace, leader du segment haut de gamme. Vu son nom typique, «Häagen-Dazs» constitue chez les Marocains la crème glacée la plus prestigieuse que l'argent puisse acheter.

En matière de distribution, Häagen-Dazs prône la complémentarité et la proximité tout en renforçant sa présence dans plusieurs points stratégiques. Aujourd'hui, la marque est disponible dans les hypermarchés, quelques supermarchés, traiteurs, restaurants, hôtels...

Faits marquants

Häagen-Dazs a ouvert son premier salon en 1978 à New York, un espace prestigieux où les passionnés de desserts raffinés trouvent l'offre complète en crèmes glacées de luxe. Cinq ans plus tard, la marque fut lancée en Europe à travers deux salons (Paris et Londres). Devant le succès de ces premiers salons, plus de 700 Häagen-Dazs Cafés ont été ouverts par la suite dans le monde entier. En 2000, c'était au tour de Casablanca d'ouvrir son premier salon de 500 m² et son agréable terrasse qui permet d'accueillir jusqu'à 200 personnes dans une ambiance chaleureuse et un cadre raffiné.

La notoriété de la marque s'est entièrement forgée via les relations publiques et le bouche à oreille. Malgré l'âpreté de la concurrence, la marque demeure associée, dans l'esprit des consommateurs, à une certaine conception haut de gamme avec des crèmes glacées de grande qualité.

Commercialisée au Maroc depuis 1999, Häagen-Dazs propose une gamme de produits particulièrement séductrice qui répond aux standards de qualité de la marque. L'anticipation des besoins des consommateurs, le savoir-faire de la marque, son esprit créatif et sa volonté d'innovation lui permettent de bénéficier d'un statut et d'une reconnaissance uniques sur le marché. La marque mène des opérations jumelées avec d'autres partenaires qui répondent aux exigences des valeurs clé (cinéma, fast-food, station-service, festivals et autres événements...).

Histoire

La marque Häagen-Dazs a été créée par le New-yorkais Reuben Mattus en 1961 (même s'il a commencé à vendre ses glaces dès 1921). Dans les années 1930 et 1940, Reuben Mattus a connu beaucoup de prospérité. Parallèlement, il continue à développer ses produits en cherchant et en utilisant les meilleurs ingrédients du monde. En 1961, il décide de créer une nouvelle société dédiée exclusivement à la production de la meilleure glace disponible. De son propre chef, il choisit d'appeler cette glace «Häagen-Dazs» afin de véhiculer une aura combinée de tradition et de qualité. Peu après, les trois premiers parfums: vanille, chocolat et café sont vendus exclusivement à New York. Malgré l'absence d'une communication classique, l'enthousiasme pour cette marque s'est rapidement propagé.

En 1973, la marque est leader sur le marché américain de la glace haut de gamme. En 1976, la fille de Reuben Mattus, Doris, ouvre le premier Häagen-Dazs Café avec un succès fulgurant. Aussitôt après, 20 autres cafés seront ouverts suivis de la création officielle de «Häagen-Dazs Shop Company, Inc» en 1978.

En 1982, et pour la première fois, la marque prend un caractère international en allant s'installer au Canada. A la même époque, un accord portant sur la production nipponne de Häagen-Dazs est signé avec les sociétés japonaises Suntory et Takanaski. Rachetée par le groupe Pillsbury Company Limited en 1983, la marque se lance en Europe en 1990, notamment en France, en Grande-Bretagne, en Allemagne et en Espagne. En 1999, c'est au tour du Maroc d'accueillir la marque Häagen-Dazs.

En 1992, Häagen-Dazs ouvre sa première usine en France qui sera chargée de fournir à l'ensemble des filiales européennes du groupe ainsi que le Moyen-Orient (Liban, Israël, Arabie Saoudite, Emirats Arabes Unis, Koweït), l'Afrique (Maroc), l'Asie, l'Océanie et l'Amérique du Sud.

Depuis lors, Häagen-Dazs a continué sur la même lancée en rajoutant les nouvelles variétés telles que Macadamia Nut Brittle, Cookies&Crème, Banoffe et Caramel Crème. La

marque a poursuivi les innovations en réalisant plusieurs autres lancements comme les sticks bars en 1986, les frozen yogurt en 1991 et, plus tard, le sorbet en 1993. Au fil des années, Häagen-Dazs reflète une vitrine de savoir-faire de la marque et possède un réseau performant, véritable face à face avec ses consommateurs. C'est la raison pour laquelle, en mai 2000, le premier café en



Afrique du Nord ouvre ses portes à Casablanca pour le grand bonheur du consommateur marocain. Dans un contexte marqué par la continuité, en octobre 2001, Häagen-Dazs devient propriété du groupe américain General Mills.

Produit

Les crèmes glacées Häagen-Dazs sont exclusivement élaborées à base des meilleurs ingrédients: de la crème fraîche de qualité supérieure, de jaune d'œufs frais pasteurisés, de lait écrémé frais, de sucre et d'arômes naturels sont le secret de l'incroyable goût et onctuosité de Häagen-Dazs. Pour créer ses parfums alléchants et ses goûts originaux, Häagen-Dazs utilise du fruit le plus frais, de l'épice unique et des noix les plus croquantes.

La gamme Häagen-Dazs existe au Maroc en différents formats, à savoir le Pint, le Minicup, le Stick bar et les bulks. Ainsi, les variétés disponibles sont non seulement nombreuses mais également sophistiquées, notamment le Chocolat Belge, Praline et crème, Strawberry Cheesecake, Cookies et crème, Vanille Amandes, Banoffe, Lemon sorbet et Noix de Macadamia. Les produits prisés au Maroc sont notamment Macadamia Nut Brittle, Strawberry Cheesecake, Caramel Cream.

Pour chaque création, Häagen-Dazs recherche le produit inédit de qualité, l'ingrédient parfait qui apportera toute la subtilité et la finesse à la recette qu'il crée. Häagen-Dazs veille sans relâche à la fraîcheur des ingrédients qui composent ses recettes. D'où, la crème glacée vendue à New York, Tokyo, Paris ou Casablanca est exactement la même et procure la même merveilleuse sensation de plaisir parfait.

La présence du lait permet d'augmenter considérablement le liant, et donc l'onctuosité du produit. Le chocolat est stocké dans des chambres spécifiques afin de garder tout son arôme original. Les noix sont placées en congélateur afin de préserver leur qualité et leur fraîcheur. La véritable crème fraîche fait toute la différence, le jaune d'œuf joue le rôle d'émulsifiant naturel et lie les différents ingrédients en un mélange harmonieux. La crème et le lait proviennent des fermes. Une

très faible teneur en air pour une texture plus riche et plus dense: c'est ce qui donne cette texture particulière, l'onctuosité sensorielle, si caractéristique des crèmes glacées Häagen-Dazs.

Des contrôles qualité garantissent partout dans le monde, y compris le Maroc, la même qualité Häagen-Dazs. Si un ingrédient ne satisfait pas aux normes strictes imposées, des collaborateurs partent à la recherche d'une alternative. Les équipements modernes et la crème glacée sont contrôlés à nombreuses reprises, y compris la température vérifiée en permanence. L'emballage, l'aménagement des points de vente et l'ambiance générale des cafés Häagen-Dazs font aussi l'objet d'une grande attention.

Avec ses formats inédits, la marque génère de nouveaux réflexes de consommation. Aujourd'hui, Häagen-Dazs propose 24 références de crème glacée et de sorbet. Ce qui fait que, selon l'ambition et la stratégie de la marque, de nouveaux parfums sont connus, chaque année, par le grand public.

Développements récents

A l'instar des autres pays du monde, Häagen-Dazs a de grandes ambitions au Maroc, qui vont dans le sens de conforter son statut de précurseur en lançant de nouvelles gammes à la satisfaction des consommateurs. C'est ainsi qu'en juin 2004, le café Häagen-Dazs, situé à Casablanca, a procédé à une rénovation afin de se mettre à jour avec les standards du nouveau concept des cafés. Par ailleurs, il propose

d'innombrables combinaisons de parfums originaux, une large gamme de gâteaux glacés ainsi que des cafés et des cocktails raffinés.

Dans le cadre des nouveautés, les équipes de Häagen-Dazs lancent, durant l'été 2004, un nouveau produit au grand bonheur de tout le monde. Toujours en quête d'inspirations nouvelles,

Häagen-Dazs révolutionne l'art de la crème glacée avec le Crispy Sandwich, une onctueuse crème glacée, enrobée d'une délicate couche de chocolat, croquant entre deux gaufrettes croustillantes.

Pour varier les plaisirs, deux parfums sont mis



sur le marché: une crème glacée à la vanille enrobée de chocolat au lait et une crème glacée au caramel enrobée de caramel craquant. Dans un format novateur, sans bâtonnet, Häagen-Dazs va plus loin en lançant Crispy sandwich, présenté dans un écrin individuel à ouverture facile. Le Crispy sandwich est dorénavant disponible au Maroc au café Häagen-Dazs, dans les hôtels et restaurants ainsi que dans les grandes, moyennes et petites surfaces.

Communication

Dans ses campagnes de publicité, déclinées en presse écrite, affichage, cinéma ou télévision, Häagen-Dazs affirme les valeurs de sa marque. Pour promouvoir ses produits, Häagen-Dazs réalise des opérations ponctuelles selon les lancements et le feed-back reçu. Les médias s'intéressent également de près à Häagen-Dazs, et la marque développe chaque année des actions de relations publiques.

Dans un souci d'être proche de sa cible-clé, la marque réalise des actions de communications (affichage, événements, festivals, presse...) qui répondent aussi bien aux besoins de ses clients que de ses consommateurs. Les amoureux de la glace Häagen-Dazs à travers le monde et au Maroc sont arrivés à distinguer le logo de la marque comme un symbole de la crème glacée la plus prestigieuse au monde.

Les valeurs de la marque

Häagen-Dazs est une marque qui symbolise deux notions: se faire plaisir et partager un instant privilégié avec la ou les quelques personnes de son choix. Au niveau international, Häagen Dazs est une marque «culte». Au Maroc, elle fait partie de la famille des grandes marques tant la qualité de ses produits ne peut être mise en doute. Sa fraîcheur et son délice procurent des moments de plaisir inoubliables à tout consommateur.

La marque transparait un design accueillant, chaleureux et confortable dans ses différents points de vente. Häagen Dazs, c'est le plaisir, l'intensité, la pureté, l'élégance et l'inspiration du monde. Chez Häagen-Dazs, la qualité prime à chaque étape du processus de fabrication. C'est pourquoi seuls les meilleurs ingrédients entrent dans la composition des crèmes glacées et des sorbets Häagen-Dazs.

www.genmills.com

Les petites choses que vous ignorez sur Häagen-Dazs

Outre la gamme de crèmes glacées, Häagen-Dazs propose un large choix de pâtisseries, ainsi que des boissons chaudes et froides.

Le cosmopolitisme de la marque s'exprime à travers ses produits. Au Japon par exemple, la marque commercialise en particulier un parfum étonnant au thé vert.

Chez Häagen-Dazs, aucun colorant, stabilisateur ou arôme artificiel n'est utilisé.

Le salon marocain s'ajoute aux 700 autres à travers le monde.

