

Le petit biscuit devenu emblématique

D'abord le croquant des amandes, puis une note d'huile d'olive, pour finir sur une touche de fleur de sel. Voici ce que ressentent les papilles quand on goûte à la galette Arlésienne, un biscuit qui fait la fierté de Cécilia Not, sa créatrice. Cette galette, c'est d'abord l'idée de se lancer dans une aventure pour se faire plaisir, sans contrainte. *"J'aime pâtisser, mais n'ayant pas de CAP pâtisserie, je ne pouvais commercialiser que des biscuits"*. Avec son mari, elle réfléchit à une identité locale. C'est de cette envie qu'est née la galette Arlésienne. Après deux ans et demi de réflexion et d'élaboration de la recette, Cécilia Not se lance. L'huile noire vient d'Arles, la fleur de sel provient de Camargue, les amandes sont cueillies en Haute-Provence et la farine arrive directement du moulin Saint-Joseph, à Grans. Au niveau de la fabrication, là encore, Cécilia Not mise sur l'artisanal puisque c'est elle-même qui confectionne les biscuits. *"Je fabrique les galettes chez moi, dans une arrière-cuisine que mon mari m'a aménagée. Le matin, je me lève à trois heures pour cuire la préparation"*.

À temps partiel (80 %) au sein de l'entreprise La Poste, Cécilia jongle avec ses deux



activités. En mai, elle optera pour un temps partiel à 50 % pour se consacrer à cette activité qui nécessite du temps mais aussi de l'énergie. *"Je fabrique la pâte la veille, la laisse reposer la nuit, et avant la cuisson, je marque les galettes avec une estampille. C'est tout un processus, mais le plus long, c'est l'emballage"*. Et là, elle peut compter sur les mains de sa mère et de ses tantes pour emballer un à un les biscuits.

Parce que la galette Arlésienne, c'est aussi une histoire de famille. Derrière le logo se cache son fils, qui a imaginé et dessiné le design, et sa fille, intervenant sur la mise en forme numérique. Après son passage à *66 Minutes*, l'émission de télé sur M6, ses

ventes explosent. *"C'est énorme, on est passé du biscuit inconnu à l'emblème arlésien!"* Sur le marché du samedi, les habitués reviennent régulièrement se réapprovisionner. *"Nous avons commencé le marché en juillet mais, après la saison touristique, on pensait que les ventes chuteraient. Mais les Arlésiens ont goûté, et c'est ce qui nous a permis de nous maintenir"*.

En gourmandise, à l'apéro ou au petit déjeuner, accompagné d'un café, les galettes se dégustent selon les envies, même en dessert, comme le propose la brasserie Les Ateliers. *"Il a été l'un des premiers à me soutenir, à introduire les biscuits dans les desserts, à communiquer sur les réseaux sociaux"*, remercie Cécilia Not. Mais la brasserie n'est pas la seule puisque la boulangerie Soulier met également en vente la galette. *"Ils ont été les premiers à y croire, à nous soutenir, donc je voudrais rester exclusive avec eux sur la commune d'Arles"*, souligne Cécilia Not.

Dans l'avenir, elle souhaiterait décliner ses galettes en deux ou trois parfums, histoire de varier les plaisirs. Pour l'heure, vous pouvez la retrouver jusqu'à ce soir sur le stand 41 du salon. **L.Ro.**

Cafar Café, la boutique de cafés de spécialité d'Arles

Au bloc C de Pop, notre nez est attiré vers une échoppe à la senteur reconnaissable entre mille : celle du café. C'est ici, sur le site de la "plateforme ouverte au public", que s'est installée depuis fin novembre 2021 Yuliya Rakovitch, gérante de la boutique Cafar Café pour exercer l'art de la torréfaction. Elle manie les grains, épaulée par son torréfacteur dernière génération, pour en révéler les saveurs. Explorer tout le potentiel du produit et faire ressortir ce qu'il y a de meilleur en lui est ce qui la captive. Ce sont des recettes uniques avec une maîtrise de cuisson parfaite qui doivent être adaptées pour chaque profil de café. D'Éthiopie, du Pérou, du Guatemala ou de Honduras, l'arôme provient de tous les horizons, sélectionné par un sourceur et choisi par Yuliya Rakovitch pour leur identité et leurs différentes possibilités de manipulations. Cette activité au sein de la ville est novatrice, puisque Cafar Café est orienté dans les cafés de spécialité, des boissons haut de gamme répondant aux standards les plus exigeants et classés par la Speciality

Coffee Association. Dans sa boutique, elle gère chaque cuisson attentivement, réalise une manipulation précise et patiente quinze jours pour la stabilisation du goût, avant la mise en vente. Et la torréfactrice pousse son choix plus loin en ne proposant que des produits issus d'une agriculture biologique et ramassés à la main. De quoi convaincre et rassurer la clientèle sur la qualité des grains.

Un accueil personnalisé

Dans sa petite unité de production, Yuliya Rakovitch reçoit et conseille les amateurs de café. La préparation du produit, le modèle de cafetière, tous les facteurs comptent pour diriger le client vers le goût qui lui correspondra au mieux. Elle confie : "*Il n'y a pas de mauvaises réponses, on choisit ce que l'on aime : l'origine, la mouture, la méthode qu'on préfère, c'est au goût de chacun*". Toujours plus soucieuse de l'environnement, elle emballe et étiquette elle-même les grains torréfiés dans un emballage en CO₂ neutre avec zéro empreinte d'aluminium. Et pour ceux qui n'ont pas de moulin, Yu-

liya Rakovitch moud à la dernière minute pour respecter la fraîcheur. Miser sur le local et la qualité sont ce que recherchent les particuliers, tout comme les professionnels qui viennent également se fournir chez Cafar Café. "*Pas mal de pros viennent comme Biocoop, Chardon ou le Gibolin car ils recherchent des produits éthiques et équitables*". Des valeurs qui donneront lieu à un partenariat entre le café de spécialité de Yuliya et un salon japonais, qui ouvrira prochainement rue du 4-septembre.

Première participation à un salon

Ce week-end, Yuliya Rakovitch participe au salon Chocolat et Gourmandise et fait découvrir sa spécialité en proposant une dégustation de ses cafés. Une première, puisqu'elle n'a encore jamais participé à ce type d'événement. La semaine d'après, elle présentera son savoir-faire au BIM de Printemps, un événement regroupant dégustation de vins naturels, restauration et artisanat, organisé chez Pop, le 2 et le 3 avril.

L.R./PHOTO VALÉRIE FARINE

