



▲ DÉCO ÉPHÉMÈRE

La boutique est redécorée huit à dix fois par an en fonction des fêtes et des saisons.

◀ BEST-SELLER

Avec ses cookies aux symboles de Big Apple, le coffret New York est le produit le plus acheté par les touristes.

CONCEPT STORE

Fondée par Eleni Gianopulos, Eleni's a ouvert ses portes en 1997. C'est une des plus anciennes boutiques établies dans le Chelsea Market.

Eleni's, le royaume des cookies

La célèbre pâtisserie du Chelsea Market, à New York, fête ses vingt ans cette année. Sa fondatrice et PDG, Eleni Gianopulos, détaille la recette de son succès.

1 Le nombre de boutiques Eleni's
100 m² La superficie de la boutique de Chelsea Market

2 000 m² La superficie du site de production à Long Island

30 à 65 ans La tranche d'âge des clients

60 employés

3 pâtisseries à plein temps

Source : Eleni's

Dans le Chelsea Market, l'un des marchés couverts les plus visités de Manhattan, Eleni's est une institution. Cette année, la pâtisserie aux biscuits personnalisables et aux couleurs acidulées fête ses vingt ans. Loin d'être une boulangerie traditionnelle, Eleni's est plutôt un concept store. Sur le comptoir trônent des cookies et des cupcakes vert et blanc aux couleurs de la fête de la Saint-Patrick, des trèfles à quatre feuilles ou des chapeaux de Leprechaun, personnage mythologique et populaire irlandais. En face, un pan de mur entier de cookies est dédié aux célébrations : anniversaire, naissance, promotion... Au milieu de la boutique, trois îlots présentent des paquets de biscuits en forme d'œuf confectionnés

pour Pâques, et des cookies frappés des visages de célébrités hollywoodiennes. Mais l'article phare des mères new-yorkaises reste le biscuit à colorier avec des feutres alimentaires. Vendu à l'unité ou en coffret cadeau, il dispose de son propre présentoir, sur lequel un écran diffuse une vidéo de démonstration.

L'ancienne usine d'Oreo

En 1990, Eleni Gianopulos démarre une activité de traiteur et découvre sa passion pour les desserts. Elle réalise ses premières recettes dans la cuisine familiale. Séduite par la fantaisie et la variété de gâteaux à concevoir, elle s'appuie sur le soutien des membres de sa communauté orthodoxe pour développer sa production, avant de rejoindre le Chelsea Market. « J'ai signé

mon bail au Chelsea Market en 1996, et nous avons occupé les lieux à partir d'avril 1997. À cette époque, le quartier était très différent, il y avait des problèmes de prostitution et de drogue », se souvient-elle. C'est donc dans un projet de revitalisation du quartier que ce marché couvert a été rénové et s'est révélé être un vrai paradis pour les boulangers et pâtisseries, comme se plaît à le dire la fondatrice.

Il faut rappeler que le Chelsea Market était originellement la propriété de Nabisco (National Biscuit Company), la biscuiterie nationale où a été inventé le cookie Oreo. « En 1997, le marché était encore à l'état brut, déclare Eleni Gianopulos. Avec le soutien du propriétaire de l'époque, Irvin Cohen, nous avons fait bâtir des murs et des cloisons. » Eleni's a

FRAIS ET COLORE

Le comptoir présente cookies, cupcakes et autres gâteaux sans noix ni arachide, au grand bonheur des clients allergiques.



PHOTOS DR



CRÉATIF

Le biscuit à colorier dispose de son propre présentoir, avec un écran diffusant une vidéo de démonstration.

PEOPLE

Des cookies représentent les visages de célébrités hollywoodiennes, dont celui de l'acteur Michael Fassbender.



« J'ai créé des recettes sans noix ni arachide pour que les enfants allergiques aient un endroit où choisir les gâteaux qu'ils souhaitent sans risque. »

Eleni Gianopulos, fondatrice d'Eleni's

et pâtisseries sains et ludiques

été l'une des premières boutiques ouverte par une femme entrepreneure, à l'instar d'Amy's Bread et Chelsea Market Baskets, et celle qui a réintroduit les produits locaux dans le quartier.

À l'époque, la fabrication des cookies et pâtisseries se fait sur place. Mais au début des années 2000, le boum immobilier que connaît Chelsea contraint les échoppes à délocaliser leur production. « Le trafic a rendu impossible le stationnement des camions de livraison autour du marché », explique la PDG. D'ailleurs, en ce matin de mars, la fondatrice n'est pas dans la boutique, mais dans son usine de production de 2 000 m², à Long Island, pour superviser une commande de dernière minute. Le dynamisme du quartier a aussi changé la population qui fréquente son commerce. Désormais, Eleni's réunit une clientèle composée à 50 % de locaux et à 50 % de touristes.

Si le chiffre des ventes de cookies Eleni's reste secret, la marque doit son succès à des produits insolites et à la prise en compte des contraintes alimentaires croissantes de nombreux enfants américains.

La vague du « nut free »

En effet, entre 1997 et 2008, la part des petits Américains allergiques aux noix et aux arachides a plus que triplé, passant de 0,4 % à 1,4 %, selon une étude menée par l'Institut alimentaire Jaffe. La fondatrice raconte comment est née son idée de faire des biscuits *nut free* : « L'un des enfants d'une amie a développé une allergie aux produits contenant des noix et des arachides. Mais les seuls gâteaux et biscuits disponibles sur le marché manquaient de goût. J'ai alors décidé de créer des recettes sans noix ni arachide, pour que les enfants allergiques puissent avoir un endroit sûr où ils pourraient

choisir les gâteaux qu'ils souhaitent sans risque. » Aujourd'hui, la clientèle est composée en majorité d'Américaines entre 30 et 65 ans. Mais la marque se diversifie et vend aussi des coffrets sur le thème de New York. La boîte comprend des cookies en forme de taxi jaune, de statue de la Liberté ou de hot-dog. C'est d'ailleurs son best-seller avec les coffrets de cookies au chocolat. Eleni Gianopulos renouvelle ses recettes tous les six mois et emploie une soixantaine de personnes dans sa boutique et son usine, dont trois pâtissiers à plein temps. Pour la Saint-Valentin, Eleni's a établi un partenariat avec la chaîne de supermarchés Target pour distribuer ses cookies au chocolat dans 650 points de vente dans le nord-est des États-Unis. La fondatrice prévoit d'étendre son réseau en ouvrant une seconde boutique, mais le lieu n'est pas encore défini. ■

SIHEM FEKIK, À NEW YORK