



LES GARNITURES À *déjeuner*

PAR SOPHIE SURANITI

À L'HÔTEL, AU RESTAURANT OU À LA CAFÉTÉRIA, VOS CLIENTS OPTENT-ILS PLUTÔT POUR LA CONFITURE DE FRAISES OU LE BEURRE D'ARACHIDES ? LES DEUX, AVEC LA CONFITURE SUR LE DESSUS ? PAS SURPRENANT. MALGRÉ L'ARRIVÉE DE NOUVEAUX PRODUITS SUR LE MARCHÉ, OU LES MULTIPLES DÉCLINAISONS DE SAVEURS POUR D'AUTRES DÉJÀ EXISTANTS, LES GRANDS CLASSIQUES TIENNENT ENCORE LE HAUT DU PAVÉ MATINAL.

DE GRANDES FAMILLES

Les garnitures à déjeuner, ce sont...

- 1 Les confitures, les gelées, les tartinades de fruits et les marmelades dont la composition est réglementée (voir encadré);
- 2 Les beurres d'arachides, les tartinades à base de noix ou de graines;
- 3 Les tartinades chocolatées (dont cacao-noisettes), les caramels (dont le *dulce de leche*);
- 4 Le sirop d'érable, les « sirops de table » et les coulis sucrés (chocolat, fruits, caramel, etc.);
- 5 Les miels (liquides ou crémeux - dit aussi barattés);
- 6 Les tartinades de fromage (comme le fromage à la crème).

UN MARCHÉ MATURE

Nombreux sont les produits des différentes sous-catégories listées ci-dessus ayant atteint leur phase de maturité – qui peut être à faible croissance, stable ou déclinante. Parmi les confitures, les gelées, les tartinades de fruits et les marmelades, le produit le plus populaire reste la confiture de fraises. On la retrouve en première position des trois saveurs préférées, bien loin devant la framboise, puis l'orange. Malgré l'envolée des prix et les déclinaisons de produits aujourd'hui offertes, le beurre d'arachides ordinaire reste lui aussi un grand classique. Certaines tartinades à base de noix et de graines tirent leur épingle du jeu, notamment grâce à leurs allégations santé (l'entreprise Nuts to You Nut Butter¹ en Ontario est bien présente dans les épicereries de produits naturels). Les pâtes à tartiner à base de noisettes et de cacao – avec l'indétrônable Nutella du groupe Ferrero malgré les attaques sur la nature du produit ou la concurrence d'autres produits – ou au caramel gagnent du terrain. Pour le reste, l'offre reste la même. « Sirops de table » ou coulis sucrés garnissent les recettes d'œufs et de crêpes, grandes vedettes des déjeuners nord-américains.

CERTAINES TENDANCES QUI (RE) DYNAMISENT LE SECTEUR

CHOCOLAT ET SAVEURS PIMENTÉES

Les nouvelles garnitures à déjeuner apparaissant sur le marché proposent des combinaisons dont beaucoup avec du chocolat qui reste l'une des saveurs et valeurs phares (tartina mixte beurre d'arachides/chocolat de la marque Reese), des mariages relevés comme le nouveau fromage à la crème Philadelphia au jalapeno (les saveurs pimentées ayant la cote, les petits déjeuners « ethniques » suivent cette tendance – comme chez *Bang Bang Pie & Biscuits* à Chicago ou au *Blacksauce Kitchen* à Baltimore).

ALLÉGATIONS SANTÉ

Allégé ou sans sucre ajouté, à teneur faible, nulle ou réduite en allergènes, sans additifs ou agents de conservation, sans gluten, à base de substituts... Certains produits sont sucrés avec du jus de fruits, des sirops de riz brun, du sirop d'agave ou des produits sucrants comme le miel, la stévia, le fructose. D'autres utilisent des substituts comme la noix de coco (Coco Natura²), du soya (beurre de soya WowButter³) pour les diètes spéciales (sans gluten ou véganes) ou encore diverses pâtes de noix. Sans oublier la tendance sans huile de palme, matière première au cœur de la tourmente pour le groupe Ferrero qui a rebondi en lançant une charte en 2013 dans laquelle il s'engage à s'approvisionner de façon durable. Le « moins de sucre » possible, voire le « sans sucre » est ce qui est le plus demandé ou recherché. Les fabricants tentent donc de réduire la quantité de sucre dans leurs recettes. Hormis des versions réduites ou allégées en sucre, les produits alternatifs restent rares dans le secteur HRI. Pourtant, il y aurait de quoi faire pour les services alimentaires des maisons de retraite, des cafétérias des centres de soins et de santé, des écoles, des universités...



« La catégorie des tartinades se développe à une vitesse de + 2,49 % au Canada et représente 588,3 millions de dollars. »

Source : Euromonitor, Canada, septembre 2014, taille des marchés.



1 well.ca/brand/nuts-to-you-2.html

2 coconaturasugar.com

3 wowbutter.com



« Au Sofitel, le service des déjeuners se fait à table. Les condiments et les confitures sont déjà posés. Le sirop d'érable (qui provient directement d'une érablière) est servi à la demande, dans un pot de porcelaine blanche. Mon rêve serait de ne plus avoir de bacon ou d'œuf hollandais sur la carte ! Mais comme notre clientèle est internationale, nous devons proposer de tout. Nous offrons des petits déjeuners De-Light (à très basses calories) qui plaisent beaucoup à notre clientèle d'affaires. »

Olivier Perret, chef exécutif
au Sofitel Montréal.



« Les saveurs des confitures ont beaucoup changé; elles sont plus naturelles, réduites en sucre. Notre objectif est d'aller de plus en plus vers un clean label. Pour le sucre, nous avons déjà fait des efforts pour être en bas de 20 g de glucides pour 120 ml »

Yves Moscato, chef corporatif
chez Produits Alimentaires Berthelet.

HAUT DE GAMME ET NATUREL

Même si, du côté des gros joueurs, le marché des confitures s'avère saturé, à faible croissance, la conception de confitures haut de gamme par des artisans tels que Simon Turcotte⁴ au Québec permet d'amener le produit plus loin en matière de qualité, de perception et de présentation. Au Québec, le sirop d'érable et le miel parviennent à occuper ces deux axes : le local et le naturel. Le sirop d'érable est parvenu à se tailler une « vraie » place à la table des HRI à force de campagnes de visibilité (programme de reconnaissance « Ici on sert du vrai sirop d'érable »). Quant au miel, il gagne en popularité même s'il doit contrer les produits d'importation, ses volumes de production insuffisants et le déclin massif des colonies d'abeilles.

« Pour les clients du secteur HRI, il faut que ce soit bon, économique et que cela se conserve bien. Ils s'en tiennent donc à la législation (voir encadré). La provenance des fruits est rarement demandée. »

Josée Rioux, directrice des ventes
aux services alimentaires Pied-Mont Dora.

SUR LES TABLES

Selon le type d'établissement (hôtel haut de gamme ou chaîne hôtelière, chaîne de restaurant à déjeuner, restaurant indépendant, etc.), le service pour le déjeuner se présente sous deux principales formules : 1) le buffet où le client se sert 2) le service à table avec des produits déjà posés (en partie ou pas) et le service à la demande. L'achat en vrac permet aux établissements de présenter les produits dans la vaisselle de leur choix. Les portions individuelles se retrouvent quant à elles souvent mises en vrac dans de petits paniers (assortiments), ou bien alignées dans des minidistributeurs ou présentoirs de table. Hormis les défis d'hygiène et de salubrité pour le vrac, il y en a un autre, de taille, pour les établissements qui ont choisi les portions individuelles (minipots ou godets) : les clients ont la fâcheuse tendance de repartir avec quelques produits dans les poches ! Cette pratique a des incidences en ce qui concerne le coût.

4 simonturcotte.com

déjeuner

LE CHOIX DU FORMAT POUR UN MEILLEUR CONTRÔLE

Certains restaurateurs achètent en gros pour ensuite « portionner » en fonction de leurs besoins. Un format en vrac plus petit permet une meilleure rotation des stocks. Dans le vrac, on retrouve surtout des seaux en plastique. Les nouvelles formules se présentent sous forme de poches, avec des ouvertures/fermetures facilitées, des options sans dégât.

LES PORTIONS INDIVIDUELLES

Minipots en verre (20 ml ou 30 g pour les confitures, 32 g pour le miel; 35 ml pour le sirop d'érable) ou godets en plastique ou en aluminium avec opercule (10 ml, 12 ml ou 16 ml pour les confitures, marmelades et gelées; 18 g pour les beurres d'arachides; 30 ml ou 45 ml pour les « sirops de table »; 14 g ou 21 g pour le miel; 15 g pour le Nutella).

LE VRAC

Seaux, jarres, sacs ou poches, bouteilles (pipettes) en plastique. En volume (pipettes de 500 ml, sac de 1 litre ou seau de 5 litres) ou en kilogrammes (3 kg, 6,5 kg, 16 kg, 18 kg...). Les emballages sont plus écologiques; les boîtes de conserve ont disparu pour des raisons d'hygiène.

Trois gros fabricants de garnitures à déjeuner au Canada : Kraft Canada Inc., Smucker Foods of Canada Corp. et Ferrero Canada. À eux trois, c'est 43 % des ventes totales pour 2014 pour le marché canadien.

Source : euromonitor.com/spreads-in-canada/report



NOUS SOMMES CITADELLE

Citadelle, coopérative de producteurs de sirop d'érable, réunit près de 2 000 producteurs passionnés de produits de l'érable, de miel et de canneberge qui ont à cœur de partager le meilleur de notre nature avec le monde entier.

Nos produits naturels, purs à 100 %, ne contiennent aucun ingrédient ajouté. Cela fait d'eux des ingrédients parfaits pour créer des produits innovateurs délicieux dont les consommateurs raffoleront.



PRODUITS DE L'ÉRABLE | MIEL | CANNEBERGE

PRODUCTEURS DE PURES INNOVATIONS



www.citadelle.coop



Confiture, gelée, marmelade, tartinade... ce que dit la loi canadienne*

CONFITURE PURE : 45 % de fruits (mélange et purée), 66 % de sucre**. Aucun agent de conservation, ni colorant ou arôme.

CONFITURE AVEC PECTINE : 27 % de fruits (mélange et purée), 66 % de sucre. Peut contenir pectine, agents de conservation et colorants.

GELÉE : jus de fruit ou jus concentré. Au moins 62 % de sucre.

GELÉE AVEC PECTINE : jus de fruit ou jus concentré. Au moins 62 % de sucre et 32 % de jus. Contient de la pectine.

MARMELADE : gelée avec filaments de zeste d'agrumes et pulpe. Au moins 65 % de sucre. **MARMELADE PURE** : aucun agent de conservation, ni colorant ou arôme.

MARMELADE AVEC PECTINE : peut contenir agents de conservation, pectine, colorants ou arômes ajoutés.

TARTINADE DE FRUITS : aucune exigence pour taux de fruits et de sucre. Ni une confiture, ni une gelée, ni une marmelade. Si 65 % de fruits = tartinade. Si 20 % de fruits = aussi une tartinade ! Ce terme n'est donc pas normalisé.

*Annexe II du Règlement sur les produits transformés C.R.C., ch. 291 http://laws-lois.justice.gc.ca/fra/reglements/C.R.C.%2C_ch._291/

**du fruit lui-même et du sucre ajouté. Sans sucre ajouté signifie qu'aucun sucre n'a été ajouté pendant la préparation.

Les plus et les moins de l'achat en portions versus en vrac

Les plus et les moins de... En matière de...	L'achat en portions	L'achat en vrac
Présentation	Assiette, distributeur, panier, présentoir Look chic impossible	Au choix Look chic possible
Manipulation	Aucune Prêt à servir	Nécessaire Doit être portionné
Hygiène et salubrité	Opercule doit être bien scellé	Nécessité de jeter les restes
Coût	Généralement plus cher Inclus dans le prix du déjeuner Env. 0,40 \$ pour un minipot en verre Env. 0,10 \$ pour un godet	Seau de 5 L (5000 ml) = 333 portions de 15 ml Coût/portion : env. 0,10 \$ pour une confiture
Rotation des stocks	Facile à gérer Généralement 12 à 24 mois	Facile à gérer Généralement 12 à 24 mois