

*Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation
Direction régionale du Centre-du-Québec*

**ÉTUDE EXPLORATOIRE
sur la perception et l'usage des
PRODUITS D'ÉRABLE dans 5
établissements de cuisine
régionale du Centre-du-Québec et
de la Mauricie**

par : **MARIO ROY, agr., M.Sc.**
Conseiller régional en marketing et transformation bioalimentaire
MAPAQ – Direction régionale du Centre-du-Québec

Conception et montage : Chantal N. Rheault, agente de secrétariat

SOMMAIRE

Bien que les produits d'érable soient abondamment utilisés dans les établissements accrédités de restauration de cuisine régionale de la région, peut-on penser qu'il soit possible d'en augmenter la consommation ? Un mini-sondage a été mené auprès de 5 de ces établissements des régions du Centre-du-Québec et de la Mauricie révèle qu'il existe cinq grandes occasions à cibler pour mousser l'usage des produits d'érable dans la restauration soit, le déjeuner, les desserts, les repas principaux, les événements spéciaux et l'accueil de la clientèle.

REMERCIEMENTS

Je remercie les chefs cuisiniers des cinq établissements de cuisine régionale du Centre-du-Québec et de la Mauricie qui ont participé avec plaisir à ce sondage. Je désire souligner leur grand professionnalisme. Leur accueil, leur grand intérêt ainsi que leur collaboration ont été fortement appréciés.

TABLE DES MATIÈRES

Sommaire	i
Remerciements	ii
PRODUCTION QUI TEND À S'ACCROÎTRE	1
MÉTHODOLOGIE	1
RÉSULTATS ET INTERPRÉTATION	2
A - PRODUITS D'ÉRABLE : UN AVANTAGE DANS LA CUISINE RÉGIONALE	2
B - CINQ CATÉGORIES D'USAGE DE PRODUITS D'ÉRABLE	3
1 - Déjeuner	3
2 - Desserts	4
3 - Repas principaux : dîners et soupers	5
4 - Événements spéciaux	6
5 - Accueil	6
C - CONCURRENCE	6
Produits du terroir	6
D - EXISTE-T-IL DES FREINS À L'UTILISATION DES PRODUITS D'ÉRABLE ?	7
Utilisation maximale des produits	7
Préférence à travailler soi-même certains produits d'érable	7
L'expertise	8
Perception face au sucre d'érable en fins cristaux	8
Variété de menus	9
Prix	9
E - APPROVISIONNEMENT.....	10
Choix du sirop d'érable	10
Choix des fournisseurs	10
Disponibilité	10
Quantités utilisées	10
F - RECOMMANDATIONS	11
Occasions d'affaires	11
Accueil	11
Événements	12
Présentation du produit	12
Expertise	13
Innovations de produit	14
CONCLUSION	15

PRODUCTION QUI TEND À S'ACCROÎTRE

La production acéricole tend à s'accroître au Québec (figure 1). La production totale est passée de 13 727 000 litres en 1995 à 23 585 000 litres en 1999. Elle est estimée à environ 28 millions de litres en 2000¹. Sur le marché domestique canadien, la consommation apparente en sucre d'érable² a été de 0,26 kg par personne en 1999 contre 0,75 kg par personne pour le miel et 37,87 kg par personne pour le sucre raffiné (tableau 1). Serait-il possible d'augmenter la consommation de sucre d'érable²?

La présente analyse a pour but de déterminer quelques pistes potentielles de développement du marché des produits acéricoles en restauration en questionnant quelques cuisiniers du secteur de la restauration représentatifs de la cuisine régionale au Centre-du-Québec et en Mauricie.

MÉTHODOLOGIE

Le questionnaire ayant servi à l'étude était composé de questions ouvertes. Les chefs cuisiniers de cinq établissements accrédités par la Corporation de la Cuisine régionale du Québec ont participé au sondage.

Compte tenu de la petite taille de l'échantillon et qu'il s'agisse d'un échantillon de convenance, il serait inexact de généraliser les conclusions à l'ensemble des établissements de cuisine régionale du Québec sans procéder à une étude plus étendue. Cependant, le but de cette étude est de déterminer quelques pistes potentielles de développement pour les produits d'érable. À cet égard, les commentaires et réflexions des chefs cuisiniers interrogés constituent un excellent point de départ pour poursuivre le cas échéant, une analyse plus approfondie sur le potentiel des produits d'érable en restauration.

¹ Source : GREPA. *Estimation de la production québécoise de sirop d'érable pour l'année 2000*, Université Laval, Ste-Foy, Juin 2000.

² Inclut le sirop et la tire d'érable exprimés en sucre d'érable.

RÉSULTATS ET INTERPRÉTATION

A - PRODUITS D'ÉRABLE : UN AVANTAGE DANS LA CUISINE RÉGIONALE

Les établissements faisant partie du réseau de la cuisine régionale au Québec offrent un menu dont les mets sont principalement composés de produits du Québec, y compris de produits de la région où ils sont localisés. Les appellations utilisées dans les menus doivent entre autres être représentatives des spécificités régionales.

Les produits d'érable offrent des avantages intéressants aux chefs cuisiniers (tableau 2). Ils sont uniques et typiques au Québec (selon une perspective internationale). C'est cet élément qui distingue les produits d'érable face au miel et sucres de canne ou de betterave (ou d'autres provenances). Comme le miel, l'érable est considéré comme étant un produit du terroir régional du Centre-du-Québec et de la Mauricie, apprécié des clientèles internationales, ainsi que domestique. Comme ingrédient, le sirop d'érable procure aux plats un parfum très particulier qui est néanmoins différent de celui du miel. Il assure la diversité dans les menus. À cet égard, il est en concurrence encore avec le miel et à un degré moindre avec les sucres de canne ou de betterave (ou d'autres provenances). Comme le miel et les sucres de canne ou de betterave, il est utilisé pour sucrer les plats. Cependant, le caractère naturel du sirop d'érable n'a été cité spontanément que par un seul établissement. De même, les sucres de canne ou de betterave (ou d'autres origines non spécifiées par les chefs cuisiniers) présentés à l'état brut sont perçus par au moins un établissement comme étant un concurrent au sucre d'érable car ils ont une allure artisanale leur attribuant un caractère naturel.

Tous les établissements offrent des produits d'érable à tous les jours. Leur clientèle privilégiée est constituée d'étrangers et de clients locaux intéressés aux produits régionaux (figure 2). Les étrangers recherchent les produits d'érable notamment par curiosité.

B - CINQ CATÉGORIES D'USAGE DE PRODUITS D'ÉRABLE

Les produits peuvent être regroupés en 5 grandes catégories selon l'occasion où l'on en fait l'usage dans les établissements : déjeuner, dessert, repas principaux, événements spéciaux et accueil de la clientèle. Étant donné que les établissements consultés sont localisés dans des régions fortement réputées pour l'acériculture, ceux-ci se font un devoir de proposer les produits d'érable dans leur menu.

Au départ, les chefs cuisiniers sont d'avis que leur clientèle perçoit le sirop d'érable comme un classique incontournable du déjeuner dans leur type d'établissement. De même, ils ressentent un intérêt marqué de leur clientèle envers les produits d'érable au dessert et au cours de certains événements de groupe. Durant les repas principaux, les produits d'érable visent à satisfaire les goûts variés des clientèles qui fréquentent leurs établissements. Enfin, certains estiment que les produits d'érable présentés sous forme de bonbons par exemple pourraient se substituer favorablement aux friandises offertes dans leur établissement pour accueillir les groupes.

Au fil de ce document, la figure 2 servira de référence qui permettra de situer les différents facteurs ayant mené à l'adoption des produits d'érable dans les établissements visités au cours de cette étude.

1) Déjeuner

Ce sont généralement des produits d'érable prêts à servir qui sont au menu. Ils accompagnent les gaufres, crêpes, pain doré ou pain. Parmi les produits d'érable offerts, figure à tout coup le sirop d'érable. C'est un aliment incontournable du déjeuner, un classique de la culture alimentaire québécoise au déjeuner. On ne peut songer un seul instant à offrir des crêpes sans sirop. Comme les établissements de cuisine régionales sont synonymes de prestige et d'authenticité, ces derniers offrent du sirop d'érable pur à 100 % à leur clientèle. Quatre établissements offrent le sirop de classe A ou AA au déjeuner. L'autre offre un sirop plus foncé. Certains proposent également à leur clientèle des muffins à l'érable ou des pâtisseries à l'érable au déjeuner.

Tous les restaurateurs interrogés offrent à leur clientèle du déjeuner au moins un autre produit d'érable : gelée, caramel, beurre, tire ou sucre d'érable en gros granule. Ce sont des produits que la clientèle apprécie. Certains vont jusqu'à dire que la gelée d'érable fait fureur au déjeuner. En somme, c'est le client qui décide qu'un plat apparaîtra ou non au menu. Le déjeuner est un repas où il s'écoule une très grande proportion de produits d'érable dans les établissements rencontrés. Au déjeuner, les produits d'érable sont principalement *prêts à servir*, c'est-à-dire qu'ils sont offerts tels quels sans qu'ils soient cuisinés par les chefs.

2) Desserts

Avec le déjeuner, le dessert offre également une occasion privilégiée de servir des produits d'érable. Cependant, contrairement au déjeuner, le sirop d'érable est utilisé comme *ingrédient* dans la confection du dessert. On en fait plusieurs types : gâteaux, tartes, pâtisseries, etc. C'est d'ailleurs au dessert que le client recherche la spécialité à l'érable de l'établissement. Par exemple, trois établissements ont développé un dessert à l'érable qui leur sert en quelque sorte de marque de commerce : gâteau à l'érable, crème glacée maison à l'érable et crème brûlée à l'érable. C'est après avoir retiré pendant quelque temps ces desserts de leur menu, que les établissements concernés ont réalisé toute l'importance de ces plats pour leur clientèle : cette dernière les réclamait vivement. Aussi, ils conservent constamment ces desserts à l'érable au menu afin de préserver la fidélité de leur clientèle.

Tous les établissements visités utilisent le sucre d'érable sous forme de pépites ou gros granules. Quelques-uns les fabriquent eux-mêmes. Souvent, les pépites servent à décorer les desserts. En plus d'améliorer la présentation visuelle du dessert à l'érable, les pépites servent à convaincre le client que le dessert à l'érable qu'il va déguster, contient bel et bien du véritable sirop d'érable à 100 % pur. La pépite a un pouvoir de persuasion et elle contribue à démontrer l'expertise du chef cuisinier ainsi que la réputation gastronomique et de cuisine régionale de l'établissement.

Les grades de sirop plus foncés sont préférés dans 3 cas sur 5 aux sirops clairs pour la préparation des desserts et des repas (dîner et souper). Les chefs cuisiniers qui recherchent le sirop plus foncé dans leur recette sont d'avis qu'il transmet un goût d'érable plus prononcé aux plats et qu'il faut en utiliser moins pour obtenir de bons résultats.

3) Repas principaux : dîners et soupers

Le sirop d'érable entre dans la confection de *saucés* et de *vinaigrettes*. Les sauces sont utilisées dans la préparation ou l'accompagnement de plats notamment à base de viande avec laquelle l'érable se marie bien. Ces plats figurent au menu du midi ou du soir, au buffet, à la carte ou en table d'hôte. Ils y apparaissent à quelques reprises (1 ou 2 fois ou plus) par semaine ou sur une base bi-hebdomadaire. Les chefs cuisiniers ont un grand souci de diversifier leur menu : autant qu'il leur apparaît important de préparer des plats à l'érable pour diversifier le choix de leur menu, autant qu'ils doivent alterner et proposer d'autres choses que des plats à l'érable pour équilibrer leur menu. La clientèle doit pouvoir retrouver un choix équilibré de plats au menu en matière de plats sucrés, salés, parfumés aux herbes etc., afin de satisfaire ses goûts variés.

Avec les desserts, les plats principaux des dîner et souper fournissent l'occasion aux chefs cuisiniers d'exprimer leur savoir-faire. Ceci est important pour l'établissement qui vise à se positionner comme établissement de cuisine régionale gastronomique. Mais c'est aussi essentiel pour les chefs qui voient dans le sirop d'érable, un ingrédient de base du terroir régional qu'il leur est possible de destiner à plusieurs usages grâce à leur expertise. Ils sont en mesure de présenter des plats raffinés grâce à leur maîtrise de l'art de les parfumer avec l'érable. Ceci met à l'épreuve leur créativité et en contrepartie ils obtiennent la gratification de façonner des plats au parfum unique et savoureux. D'ailleurs, la plupart des chefs cuisiniers rencontrés ont mentionné spontanément, qu'ils « travaillent » l'érable d'abord par goût. Il leur serait difficile de performer avec un produit qu'ils détesteraient de prime abord.

4) Événements spéciaux

Selon les saisons ou la nature de l'événement, les chefs cuisiniers préparent des plats à l'érable pour des groupes. Ces repas peuvent être thématiques, c'est-à-dire qu'ils poursuivent le but très spécifique de créer une ambiance rappelant les sucres; par exemple, l'établissement peut offrir un repas du style d'une cabane à sucre jusqu'à un repas gastronomique où l'on fait découvrir des plats raffinés à l'érable créés et lancés lors de cette activité. Entre ces deux pôles, les établissements peuvent servir des repas destinés à des groupes locaux ou de visiteurs étrangers dans lesquels l'érable figure parmi les ingrédients des recettes.

Même si l'érable se sert toute l'année, la demande est plus accentuée pendant la période des sucres.

5) Accueil

L'érable représente un excellent ambassadeur pour les établissements qui désirent miser sur leur vocation de cuisine régionale. Ainsi, l'érable en petite bouteille de verre est offert en guise de bienvenue dans les chambres d'hôtel d'au moins un établissement. De plus, au moins deux établissements vendent à leur clientèle des produits d'érable qui les rapporte chez elle.

C - CONCURRENCE

Produits du terroir

Au déjeuner, la plupart des produits d'érable sont prêts à servir et n'exigent aucune préparation spécifique du chef cuisinier. Les produits d'érable entrent souvent en concurrence avec les autres produits du terroir *destinés à accompagner les mets*, étant donné que les établissements interrogés ont pour mission de valoriser les produits alimentaires du terroir régional. En conséquence, plusieurs offrent une gamme minimale de produits régionaux tels que des tartinades de fruits, différentes variétés de miel etc. pour satisfaire leur clientèle et conforter l'image régionale de l'établissement.

En général, les produits d'érable semblent davantage consommés que le miel au déjeuner. Aux repas principaux, le miel sert à diversifier les menus. Pour certains, le miel possède la propriété d'adoucir les sauces trop amères contrairement au sirop d'érable. Néanmoins, le miel est tout au plus utilisé aussi fréquemment (sinon moins) que le sirop d'érable dans la cuisine. Chez ceux qui l'utilisent moins, on est d'avis que le parfum du miel est différent et plaît à une clientèle plus limitée. La pépité d'érable est la forme de sucre d'érable la plus couramment utilisée par les chefs cuisiniers. Elle sert notamment dans les desserts. En revanche, les établissements recourent aux sucres de canne, blanc ou bruns, raffinés, en cubes, cassonade etc. sur les tables et dans certaines cuissons.

D - EXISTE-T-IL DES FREINS À L'UTILISATION DES PRODUITS D'ÉRABLE ?

Utilisation maximale des produits

Les chefs estiment qu'ils utilisent au maximum les produits d'érable et qu'il leur serait difficile de faire mieux (tableau 3).

Préférence à travailler soi-même certains produits d'érable

Les chefs préfèrent souvent travailler eux-mêmes le sirop d'érable plutôt qu'on leur fournisse un produit d'érable élaboré pour réaliser leur cuisine. Par exemple, un chef voit mal comment on pourrait lui proposer une sauce pomme érable toute préparée, un autre chef, un vinaigre à l'érable combiné à une autre saveur etc. Certains chefs préparent leur propre caramel à l'érable, tire à l'érable etc.

La conception de nouveaux produits à l'érable devrait donc tenir compte de cette inhibition potentielle notamment si l'on songe desservir le créneau de la cuisine régionale.

L'expertise

Les chefs cuisiniers rencontrés sont familiers avec l'utilisation de l'érable en cuisine. Cependant, la cuisson des plats principaux avec le sirop d'érable doit être très exacte. D'ailleurs, pour obtenir de bons résultats, le chef cuisinier doit expérimenter et surtout comprendre le comportement du sirop d'érable dans la cuisson. Par exemple, certains vont dire qu'il n'est pas évident de « sortir le sirop d'érable du dessert pour le marier au gibier ou au poisson ». Pour d'autres, c'est le contraire : ils obtiennent d'excellents résultats en associant l'érable au gibier et au poisson. De ce côté, il semble qu'il y aurait un consensus à réaliser.

Les chefs cuisiniers tirent leur mandat de la mission de leur établissement ainsi que de la vision des propriétaires qui sont associés étroitement à la valorisation de la cuisine régionale. La localisation géographique de l'établissement joue également un rôle important à cet égard. Le sirop d'érable fait partie du terroir du Centre-du-Québec et de la Mauricie. Dans cette perspective, les chefs cuisiniers misent sur le sirop d'érable. Chez les restaurateurs qui sont peu concernés par la valorisation des produits régionaux dans un contexte gastronomique (hors du circuit de la cuisine régionale), il est fort plausible que les cuisiniers soient peu incités à approfondir l'utilisation des produits d'érable dans leur cuisine. En maîtrisant moins la cuisine avec l'érable, ces derniers hésiteraient à utiliser régulièrement le produit : manquer une ou plusieurs recettes peut s'avérer très coûteux! Ultimement, un sirop clair ne se travaillerait pas de la même façon qu'un sirop plus foncé! Le sirop d'érable est un aliment sucré, mais surtout un parfum à transmettre aux plats! Le plat doit goûter l'érable et non le sucre.

Perception face au sucre d'érable en fins cristaux

Outre les pépites (pour les desserts notamment), le sucre d'érable est utilisé de façon très limitée dans les établissements visités.

Les sucres de canne (ou betterave à sucre) sont d'ailleurs essentiels à la confection de certains plats tels que la tarte au caramel écossais. Les sucres de canne sont omniprésents sur les tables des établissements. On les retrouve sous différentes formes, y compris en gros cristaux de sucre qui affichent un aspect rustique.

Selon certains, ces sucres dont la variété est importante occupent déjà passablement la place disponible sur les tables. Chez d'autres, le sucre est livré en vertu d'un contrat d'approvisionnement auprès d'un fournisseur accrédité. Enfin chez les derniers, c'est un produit coûteux sur lequel le restaurateur a peu d'emprise lorsqu'il le rend disponible à sa clientèle. Il arrive que les clients en profitent pour faire leurs provisions en sucre d'érable en rapportant avec eux les sachets disposés sur les tables.

De plus, dans au moins un des cas, le coût du déjeuner ne permet pas d'ajouter le sucre d'érable en sachet sans forcer l'établissement à augmenter le prix du repas.

Variété de menus

Si l'érable est fort apprécié pour varier les menus, il faut éviter de tomber dans l'excès contraire, soit éviter de sur-saturer la clientèle avec l'érable selon les chefs. D'après eux, il faut conserver un équilibre de façon à satisfaire la clientèle qui recherche des plats aux saveurs et les parfums variés, d'autant plus que la clientèle peut avoir l'impression que les sauces à l'érable sont sucrées.

Prix

Pour la plupart des chefs, le prix du sirop s'équivaut d'un producteur à l'autre. Par contre, selon ceux-ci, le prix limite l'achat dans certains cas : par exemple, l'ajout de sucre d'érable au déjeuner est difficile vu que le déjeuner est offert en forfait tout compris ou encore, on estime qu'une promotion du sirop d'érable permettrait d'offrir des plats aux groupes à des prix plus concurrentiels, ou souvent les cuisiniers ne savent probablement pas tous que s'ils utilisaient du sirop foncé B ou C, cela leur coûterait moins cher et que les résultats seraient excellents, etc.

E - APPROVISIONNEMENT

Choix du sirop d'érable

Le sirop recherché doit bien se conserver et être exempt de cristaux. Certains établissements estiment que le sirop d'érable s'équivaut d'un fournisseur à l'autre. En revanche, deux établissements estiment que le goût varie selon sa provenance. Ainsi, l'un des établissements s'assure que son sirop provient de fournisseurs exploitant des érablières composées d'essences d'érable semblables.

Choix des fournisseurs

L'établissement d'une relation d'affaires entre un établissement et un fournisseur repose avant tout sur la confiance et au fait que ce dernier soit d'origine régionale. Un troisième critère à être cité a trait à la régularité des approvisionnements. Finalement, l'offre d'une gamme variée de produits est un quatrième critère mentionné dans ce cas-ci par trois établissements.

Disponibilité

Même si ce n'est pas le cas pour les établissements visités, certains chefs cuisiniers font référence à leur expérience antérieure pour signaler que les produits d'érable pourraient être proposés davantage aux restaurants des grands centres tels que Québec et Montréal : ceci pourrait en favoriser une plus grande consommation selon eux.

Quantités utilisées

Les fournisseurs des établissements visités livrent les produits d'érable sur une base mensuelle ou quelquefois deux fois par mois au besoin. Le sirop d'érable est le produit d'érable le plus demandé soit entre 132 litres à 470 litres par établissement (tableau 4). Sur la base de la consommation moyenne annuelle canadienne estimée à 0,26 kg de

sucre d'érable³ par personne en 1999, chaque établissement écoule des volumes de sirop d'érable qui équivalent à la consommation moyenne annuelle canadienne de 678 à 2414 personnes. Après le sirop, les principaux produits d'érable consommés sont : sucre d'érable (pépites) (12 à 24 kg), gelée d'érable (12 à 72 kg), beurre ou caramel d'érable (24 à 35 kg), vinaigre d'érable (moins de 30 litres).

F - RECOMMANDATIONS

Occasions d'affaires

La plupart des chefs cuisiniers estiment que la croissance de la demande des produits d'érable dans leur établissement suivra la tendance de leur chiffre d'affaires. Ils ont l'impression qu'ils utilisent déjà à fond les produits d'érable dans leur menu.

Néanmoins, ils ont fait part de leurs recommandations quant aux possibilités d'accroître les ventes de produits d'érable dans la restauration.

Accueil

Certains suggèrent de fabriquer des produits d'érable qui pourraient servir à l'accueil des clients de la restauration ou de l'hôtellerie. Par exemple, un chef cuisinier estime entre 400 \$ à 500 \$ par mois ses dépenses en bonbons qu'il dépose sur les tables dans le cadre de réunions de groupe. Des bonbons à l'érable *plus petits que la normale*, emballés dans un papier de luxe pourraient selon lui, très bien convenir. Les bonbons de taille normale plairaient moins à la clientèle visée. Dans un autre cas, on suggère des chocolats à l'érable. Même si les chefs ne l'ont pas mentionné, il semble que la revente des produits d'érable par les établissements pourrait être favorisée par l'ajout de présentoirs et de produits personnalisés pouvant être identifiés à l'établissement.

³ Comprend le sirop d'érable et la tire d'érable exprimée en sucre d'érable.

Les établissements de cuisine régionale sont des lieux très fréquentés par les touristes locaux et étrangers à l'affût de souvenirs typiques. Serait-il possible de concevoir un étalage de produits régionaux destinés à ces touristes? Ou d'introduire l'érable comme souvenir à rapporter dans les chambres d'hôtellerie à forte vocation touristique?

Événements

Plusieurs établissements ont mentionné qu'ils intègrent à l'occasion, les produits d'érable aux repas servis aux groupes qui tiennent des réunions ou assemblées. L'un des chefs cuisiniers a indiqué qu'une stratégie de promotion pourrait l'inciter à recommander plus fréquemment des plats à l'érable aux organisateurs de repas de groupe. Par exemple, cette promotion pourrait prendre la forme d'une remise sur les volumes de sirop selon l'importance des achats effectués.

Par ailleurs, il arrive dans certains établissements que l'on serve des produits d'érable lors d'événements saisonniers. Par exemple, durant la saison des sucres, certains groupes demandent qu'on leur serve un banquet du temps des sucres. Le temps des fêtes serait également propice à l'utilisation du sirop d'érable dans les menus. D'autres vont organiser des repas gastronomiques avec des thématiques dont l'une sur le sirop d'érable durant la saison des sucres ou préparer des repas spéciaux pour les groupes de visiteurs étrangers. Or, si l'événement lié à l'érable n'existe pas dans un restaurant, l'inventer serait probablement fort à propos...

Présentation du produit

Les pépites à l'érable servent à décorer les dessert et à convaincre la clientèle qu'il est fait d'érable. Au moins un chef cuisinier songe à utiliser le sucre d'érable sous une nouvelle forme à compter de 2001. Il y aurait peut-être possibilité de relancer le produit en le remodelant. Ainsi, du sucre filé fait d'érable serait un produit d'intérêt selon un des chefs cuisiniers.

Par ailleurs, il aura été observé par un établissement que l'ajout d'un coin de produits régionaux (incluant des produits d'érable) au déjeuner, aura fait augmenter sensiblement la consommation de produits d'érable. De plus, le fait de servir des plats à la minute au déjeuner (préparé immédiatement devant le client), aura eu également un effet bénéfique sur la consommation des produits d'érable qui étaient alors placés à proximité et à la vue des clients en attente de leur déjeuner.

Par ailleurs, des affichettes attrayantes disposées sur les tables pourraient contribuer à rappeler aux clients qu'ils peuvent savourer des desserts à l'érable dans les restaurants ciblés. Ces exemples illustrent qu'il serait possible d'augmenter la consommation des produits d'érable, en favorisant des pratiques où les produits d'érable seraient mis de l'avant lors de repas. Il s'agit de remémorer à la clientèle que des produits d'érable sont disponibles dans les restaurants concernés.

Expertise

Les chefs cuisiniers rencontrés possèdent une excellente expertise en cuisine qui leur permet de performer en utilisant les produits d'érable. Cependant, il n'est pas sûr que l'ensemble des établissements susceptibles de recourir aux produits d'érable peuvent bénéficier d'une expertise aussi spécialisée dans ce secteur.

Serait-il pertinent de concevoir une formation destinée aux cuisiniers en général pour favoriser l'utilisation accrue de produits d'érable dans leur menu ? Même parmi les chefs les plus chevronnés dans le domaine des produits d'érable, certains affirment tenter de nouvelles expériences avec le sirop d'érable, afin de mieux en maîtriser toutes les qualités et le potentiel en cuisine gastronomique. Dans ces cas, cette attitude s'avère bénéfique puisqu'au moins un chef cuisinier évalue avoir doublé en quelques années la consommation de sirop d'érable dans son établissement grâce à sa détermination à vouloir comprendre les secrets du sirop d'érable et à en pousser l'usage.

Au fur et à mesure que seront validées et reconnues les combinaisons possibles de l'érable (ex. : gibiers et sirop d'érable), les restaurateurs seront probablement de plus en plus nombreux à l'inscrire à leur menu. La création et la diffusion de recettes peuvent consolider l'image du sirop d'érable quant à sa propriété de servir à plusieurs usages.

Innovations de produit

Serait-il possible d'innover avec l'ajout de nouveaux produits ? Le déjeuner par exemple fournit l'occasion d'introduire des produits d'érable prêts à l'emploi. Par exemple, un chef rappelle que : « la gelée d'érable est un produit qui n'existe pas ailleurs, n'est pas trop sucré et plaît beaucoup à la clientèle ». Peut-on songer à une combinaison de sirop d'érable et pépites d'érable dans un même produit ?

Un seul chef cuisinier utilise un vinaigre à l'érable pour préparer ses plats principaux. Serait-il possible de développer davantage ce type de produit ?

Quoiqu'il en soit, il apparaît que des recherches plus approfondies pourraient être menées dans le positionnement et par conséquent le développement de nouveaux produits d'érable.

CONCLUSION

Tel que mentionné au début du document, le but de cette étude vise d'abord à dégager quelques pistes de développement de produits d'érable dans le secteur de la restauration. Les idées de nouvelles occasions d'affaires que peuvent inspirer ce document devraient être validées avant de faire l'objet d'investissements massifs pour les développer. Il faudrait entre autres s'assurer de la rentabilité des marchés compte tenu des investissements potentiels requis.

Cependant, il apparaît que l'innovation, ainsi que des stratégies de marketing destinées à pénétrer davantage les marchés ont leur place dans une stratégie de développement à long terme des produits de l'érable dans le secteur de la restauration. Par exemple, innover au déjeuner peut signifier l'ajout de nouveaux produits (ex. : sirop d'érable avec pépites combinés dans un même produit) ou favoriser la pénétration des produits d'érable en améliorant leur visibilité et leur positionnement dans le restaurant (ex. : coin des produits régionaux).

Il demeure que connaître l'usage que font les chefs cuisiniers de produits d'érable dans leur établissement constitue une source d'inspiration très stimulante pour l'identification de nouvelles occasions d'affaires. Cette approche mérite qu'on s'y intéresse car elle peut mener à la découverte de nouveaux créneaux pour le secteur acéricole.

Tableau 1. CONSOMMATION CANADIENNE APPARENTE DE SUCRE RAFFINÉ, DE MIEL ET DE SUCRE D'ÉRABLE PER CAPITA EN KILOGRAMME.

ANNÉE	SUCRE RAFFINÉ	MIEL	SUCRE ⁴ D'ÉRABLE
1988	38,47	0,88	0,11
1989	36,30	0,88	0,14
1990	36,25	0,89	0,23
1991	36,25	0,78	0,12
1992	39,70	0,70	0,25
1993	40,41	0,83	0,22
1994	41,37	0,97	0,25
1995	38,10	0,65	0,09
1996	38,02	1,02	0,06
1997	38,97	0,82	0,14
1998	37,27	1,22	0,15
1999	37,87	0,75	0,26

Source : STATISTIQUE CANADA. *Consommation des aliments au Canada*, Partie I, 1999.

Tableau 2. QUELQUES AVANTAGES DES PRODUITS D'ÉRABLE SELON LES ÉTABLISSEMENTS CONSULTÉS.

	SUCRER LES PLATS	DIVERSIFIER LES MENUS	PRODUITS NATURELS	DIVERSIFICATION DANS LE CHOIX DES PRODUITS RÉGIONAUX	TYPIQUES AU TERROIR RÉGIONAL	PARFUM PARTICULIER AUX PLATS	TYPIQUES AU QUÉBEC
Produits d'érable	X	X	(X)	X	X	X	X
Miel	X	X		X	X	X	
Sucres de canne ou de betterave (ou d'autres origines)	X	(X) ⁵	(X) ⁶				

X : Mentionné sans ambiguïté par plus d'un informateur.

(X) : Mentionné sans ambiguïté par un informateur

Espace blanc : Aucune mention par au moins un informateur.

⁴ Comprend le sirop d'érable et la tire exprimée en sucre d'érable.

⁵ Spécifique à la préparation de certains plats (ex. : tarte au caramel écossais).

⁶ Pour certains sucres (ceux présentés à l'état brut).

Tableau 3. FREINS À L'AUGMENTATION DE L'USAGE DES PRODUITS D'ÉRABLE DANS LA RESTAURATION SELON LES ÉTABLISSEMENTS CONSULTÉS.

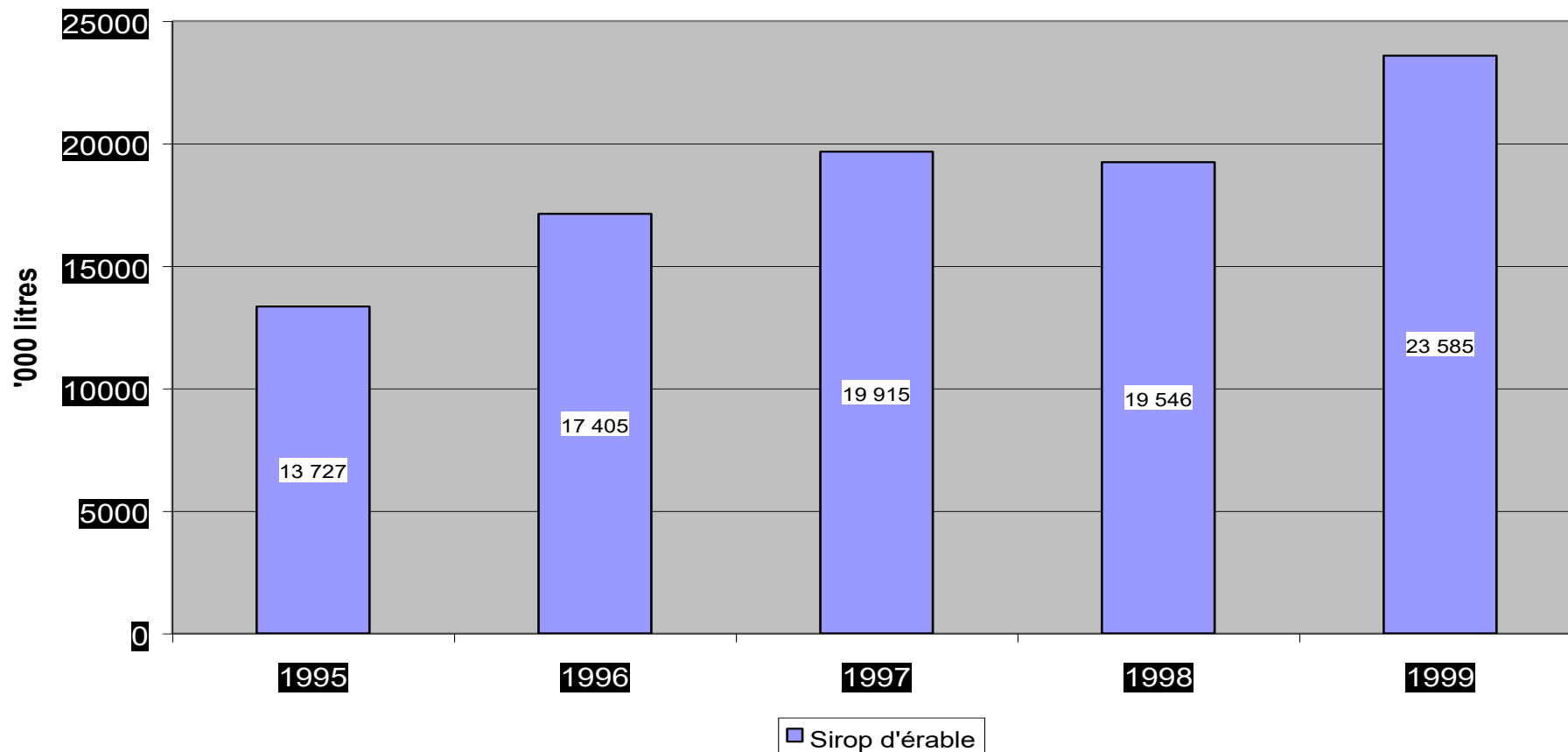
FREINS	N^{BRE} D'ÉTABLISSEMENTS DÉCLARANTS
Sentiment d'utiliser le sirop au maximum	4
Préférence à travailler soi-même certains produits d'érable	4
Expertise	4
Perception face au sucre d'érable en fins cristaux	4
Variété de menus	3
Prix	3

Tableau 4. QUANTITÉS DE PRODUITS D'ÉRABLE ACHETÉS ANNUELLEMENT AUPRÈS DES FOURNISSEURS⁷ PAR LES ÉTABLISSEMENTS CONSULTÉS.

	QUANTITÉS ANNUELLES PAR ÉTABLISSEMENT	N^{BRE} D'ÉTABLISSEMENTS
Sirop	132 à 470 litres	5
Sucre d'érable (pépites)	12 à 24 kg	3
Gelée d'érable	12 à 72 kg	3
Beurre ou caramel d'érable	24 à 35 kg	2
Vinaigre d'érable	Moins de 30 litres	1

⁷ Tous les établissements consomment du sucre d'érable. Cependant, seulement trois en achètent, les deux autres le fabriquent eux-mêmes pour leurs propres besoins. Le même phénomène s'applique à d'autres produits tels que les bonbons à l'érable, à la tige d'érable, le caramel d'érable ainsi que la gelée d'érable.

Figure 1. PRODUCTION ACÉRICOLE, QUÉBEC, 1995-1999.



Source : INSTITUT DE LA STATISTIQUE DU QUÉBEC. *Volume et valeur de la production acéricole, des ventes à la ferme et de l'autoconsommation, Québec 2000*, (<http://www.stat.gouv.qc.ca/>).

MINISTÈRE DE L'AGRICULTURE, DES PÊCHERIES ET DE L'ALIMENTATION. *Profil sectoriel de l'industrie bioalimentaire au Québec*, MAPAQ, 1999.

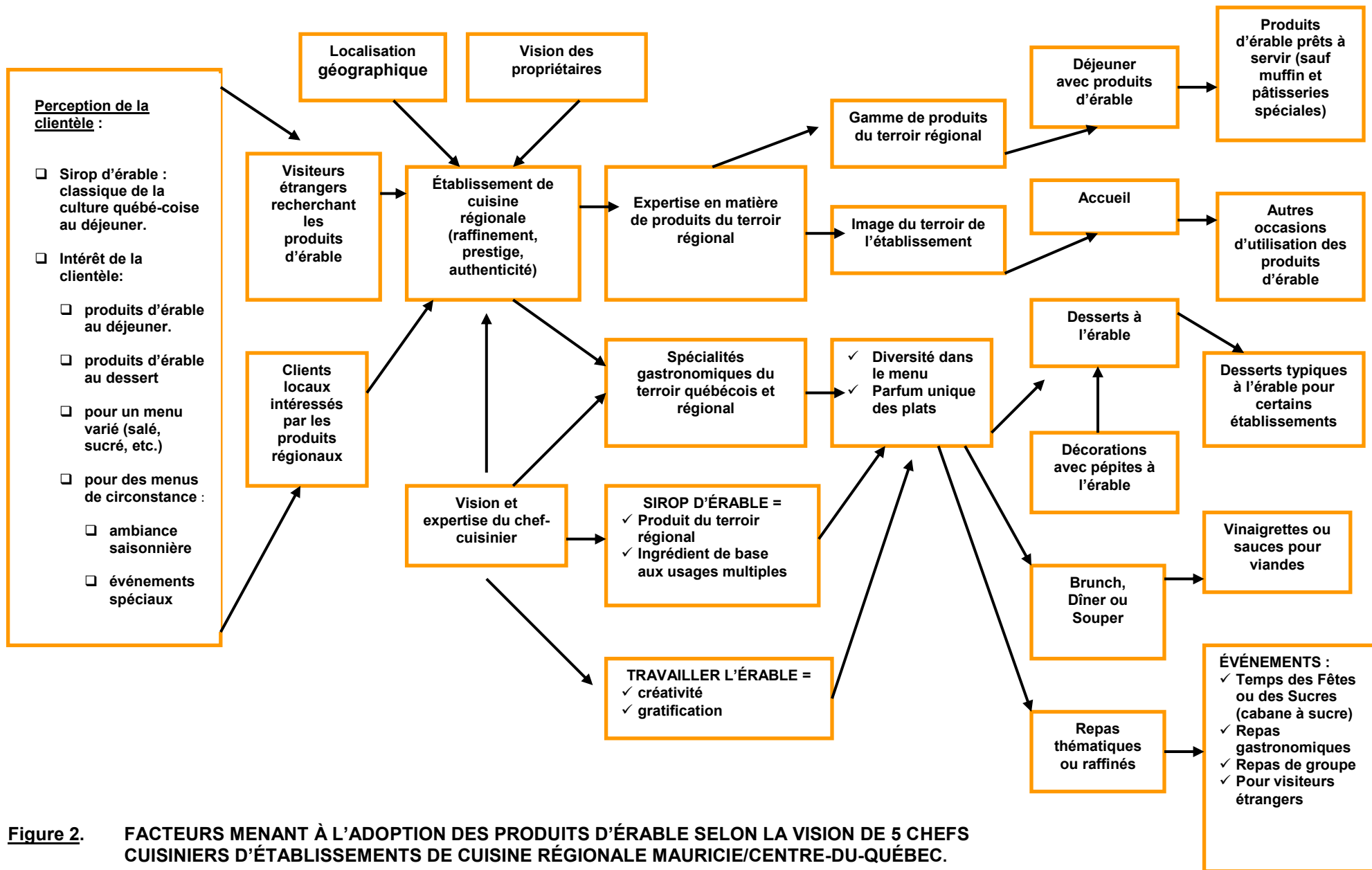


Figure 2. FACTEURS MENANT À L'ADOPTION DES PRODUITS D'ÉRABLE SELON LA VISION DE 5 CHEFS CUISINIERS D'ÉTABLISSEMENTS DE CUISINE RÉGIONALE MAURICIE/CENTRE-DU-QUÉBEC.

**Direction générale
des affaires régionales**

**Direction générale
des pêches et de
l'aquaculture commerciales**

**Direction générale
de l'alimentation**

**Direction générale
des politiques agricoles**