

# Sirops Tutti frutti, les Français font profit de tout fruit

Produits franco-français – à quelques exceptions près –, les sirops sont en train de conquérir le monde, offrant une myriade de concentrés de nature à la portée de tous.



**T**raditionnellement apprécié par les « petits Français », à la maison (grenadine, citronnade, orangeade, menthe) ou servi dans tous les bars de l'Hexagone, le sirop n'a jamais été consommé dans le reste du monde. Ou si peu, dans les *coffee-shops* d'Amérique ou d'Asie pour aromatiser les boissons chaudes. Le fait que le sirop, en France, soit populaire – 65 % des foyers en consommation – a fait que les marques de distributeurs raflent 45 % des parts de marché, en grande distribution.

Nous avons donc affaire à une « exception française » dont les plus grands acteurs rivalisent d'imagination pour attiser la gourmandise des consommateurs. La porte d'entrée de ce développement universel : les bars à cocktail où les barman apprécient déjà depuis longtemps cette diversité.

Fruits, fruits secs, mais aussi légumes, herbes aromatiques, fleurs, saveurs d'alcool... sans alcool, ou de cocktail, avec ou sans sucre, bio... c'est sans doute le secteur des boissons où, ces dernières années, l'innovation a été et est toujours la plus dynamique, surtout dans le secteur CHR, qui constitue, en quelque sorte, la « vitrine » de ce développement. En France, les volumes se font en grosse majorité en grande distribution, pour un chiffre d'affaires de 306,7 millions d'euros (chiffres 2014).

Les avantages du sirop : c'est un produit sain, aromatique, particulièrement économique, stable, qui se conserve longtemps et que l'on peut doser comme on veut. Un outil incontournable pour les barman qui y trouvent une source inépuisable d'inspiration. Giffard, Monin, Routin et Teisseire nous présentent dans les pages qui suivent leurs dernières créations.

## GIFFARD en pleine expansion

Fêtant cette année les 130 ans de son produit phare – la fameuse Menthe-Pastille créée en 1885 par Émile

Giffard –, la société familiale Giffard installée depuis 1972 à Avrillé, à la périphérie d'Angers, vient de mettre en chantier un nouveau site de production à Saint-Léger-des-Bois. « Jusque-là, nous louions une



plate-forme logistique à Beaucaouzé, toujours dans les environs, précise Bruno Giffard, P-DG, mais nous sommes obligés de nous agrandir pour assurer le développement de notre activité, notamment sur les marchés export (Asie, Moyen-Orient...). » En effet, Giffard produit aujourd'hui plus de 5 millions de bouteilles (liqueurs et sirops) avec 50 % de son activité à l'export vers 65 pays. Sur ces cinq dernières années, l'activité a progressé de plus de 40 %. Et l'histoire est loin d'être finie puisque la cinquième génération vient de rejoindre l'entreprise. Les nouvelles installations qui se déploieront sur 4,7 hectares devraient être inaugurées en août 2016 et rien n'a été laissé au hasard : « Nous recherchons un environnement végétal, en phase avec nos produits qui restituent le

goût du fruit. Notre choix s'est définitivement porté sur le parc d'activités de Saint-Léger qui intègre un fort parti pris "nature" », souligne Édith Giffard, directrice marketing et développement.

La gamme de sirops Giffard réunit aujourd'hui près de 70 parfums dont le dernier-né risque de faire du bruit dans le monde du bar : le Giffard Egg White, un sirop composé d'eau, de sucre de canne et de blanc d'œuf. Un ingrédient très utilisé par les barman dans leurs cocktails, mais difficile à gérer en raison des lois strictes sur l'hygiène dans la restauration.

Idéal pour réaliser tous les cocktails de type sour ou margarita, le Giffard Egg White doit être versé dans le shaker avec les autres ingrédients et un seul glace. Il faut shaker jusqu'à ce qu'on n'entende plus le bruit du glaçon et l'on obtient une mousse fine de 3 à 5 mm qui tient au minimum 30 minutes. Une véritable petite révolution pour le monde du bar !

Rappelons que Giffard élabore des gammes de liqueurs (9 spécialités, 17 crèmes, 21 liqueurs « classic », 8 « premium », dont la Fleur de sureau sauvage récemment créée, 5 « modern ») et distribue une dizaine d'alcools du monde dont les rhums Clément et les calvados Boulard pour ne citer que les eaux-de-vie françaises.

## MONIN champion à l'export et sur la planète Cocktail

Chez Monin, l'heure est au grand chambardement, car, rançon du succès, la maison créée en 1912 par Georges Monin, le grand-père d'Olivier Monin aux commandes de l'entre-

prise depuis 1993, va bientôt quitter le centre de la ville de Bourges pour gagner la périphérie où tout sera concentré : bureaux administratifs, unités de production, entrepôts de stockage et d'expédition, le tout dans 25 000 m<sup>2</sup> implantés sur 11 hectares. Coût de l'investissement : 25 millions d'euros pour permettre à Monin de développer sa capacité de production qui double tous les cinq ans (actuellement 25 millions de bouteilles par an). Et ce, pour l'Europe, car Monin possède une usine en Floride (à Clearwater) et en Malaisie (à Kuala Lumpur), sans oublier l'usine des sirops Guioit dans le nord de la France, dont la capacité de production a été

Pisco sour : 3 cl de Giffard Egg White + 2 cl de jus de citron + 6 cl de pisco. Cette recette peut être déclinée avec du whisky, du rhum, de l'ananas...



## CARAÏBOS au cœur des villes



Depuis des décennies à l'écoute des barman qui trouvent au sein de sa gamme très étendue une source d'inspiration, les jus de fruits Carabos (Bardinet-La Martiniquaise) sont repartis, comme chaque été, sur les routes de France, pour en faire le tour... précédant de quelques jours les champions du cyclisme mondial. Un *road trip* tout aussi « sportif », qui a démarré dans la capitale début juin, est passé par Lille et Nantes, pour aller à Toulouse (place Lafourcade, 23 juin), Marseille (place Gabriel-Péri, 25 et 27 juin) avant de terminer à Lyon (place Carnot, 1<sup>er</sup> juillet). À bord du van Carabos, placé à des endroits stratégiques de ces grandes villes, des animateurs proposent des cocktails sans alcool tandis que des *bitness* parcourent les rues adjacentes, avec des *à venir pack* pour permettre aux passants de déguster les jus, nectars et cocktails de la marque.

Parallèlement, à l'occasion du Carabos Cocktails Tour, les équipes de BLMHD mettent en avant l'expertise et le savoir-faire de la marque pour les cocktails sans alcool en organisant des animations en grande distribution et dans les bars à cocktails phares des cinq villes visitées, lors de quinze soirées, les jeudis, vendredis et samedis (informations sur Carabos.com et sur les réseaux sociaux). Rappelons que les jus de fruits Carabos, qui ont été créés en 1970, ont toujours sélectionné les meilleures origines et variétés de fruits. Dans le circuit professionnel, Carabos propose la gamme la plus complète qui soit (50 références) avec des jus de fruits exotiques souvent rares, que les barman se sont appropriés depuis longtemps.





**PAGO**

onctuosité, diversité et plaisir



Rachetée en 2013 par Eckes-Granini au brasseur hollandais Heineken, les jus de fruits Pago, nés en Autriche à la fin du xix<sup>e</sup> siècle, sont désormais élaborés à Mâcon, sur le site d'Eckes Granini France, grâce à un investissement récent de 7 millions d'euros. La nouvelle ligne de production permet de servir les marchés d'Europe du Sud et de l'Est. Implantée en France depuis 1992, la marque Pago est très présente en CHR (22 % de parts de marché), facilement identifiable avec ses bouteilles en verre et leurs capsules jaunes twist off.

« Notre ADN, c'est la diversité et le plaisir, explique Céline Rouquié, directrice marketing de Pago. Nous ne nous battons pas sur le créneau des jus de fruits de petit déjeuner. Nous élaborons des jus de fruits gourmands dont la texture est essentielle... cette douceur, cette onctuosité qui vient du fait que nous utilisons des purées de fruits.

Ce pourquoi nous sommes d'abord entrés sur le marché français par le CHR pour des instants de dégustation à toute heure du jour... ou de la nuit. Après cette première implantation, les consommateurs ont recherché nos produits en GMS, ce qui fait qu'aujourd'hui nous sommes présents dans les deux circuits. »



Avec des parfums cultes comme la fraise ou orange-carotte-citron, best-seller des ACE (jus de fruits contenant des vitamines A, C, E). « Dans le réseau CHR, nous faisons du sur-mesure pour répondre à une demande très diverse, précise Céline Rouquié, avec quatre formats : 20 cl verre avec seize parfums, 33 cl PET avec huit parfums et 1 l PET pour les professionnels avec treize parfums. Nous avons également des BIB (Big-in-Box) en quatre parfums. En GMS, nous privilégions des parfums plus rares que l'orange ou la pamplemousse. Nous proposons plutôt des fruits comme la fraise, la poire, le melon ou des fruits exotiques. »



Accompagnées d'affiches, de cartes, de recettes, de verres, ces préconisations de service bousculent les codes établis en organisant une consommation partagée autour d'une carafe, dans la parfaite tradition des caps. Les recettes sont toujours simples et rafraîchissantes, avec ou sans alcool : remplir la carafe aux trois quarts de glaçons, ajouter 2 cl de sirop de fleur de sureau, 4 cl de sirop cactus, 3 cl de jus de citron frais, allonger avec du tonic.



Ajouter 10 feuilles de basilic et quelques tranches d'orange (pour 1,5 l). Laisser macérer deux heures environ. Autre recette à base de bière pour un verre : mettre des quartiers d'orange dans un verre, ajouter 2 cl de sirop d'orange, 20 cl de bière blonde et des glaçons.



À l'origine, au xviii<sup>e</sup> siècle, Teisseire fabriquait du vinaigre et des distillats alcoolisés, mais en 1927, la société crée ses premiers

sirops qui séduisent peu à peu les Français, de plus en plus sensibilisés aux mélanges de l'alcool. Dans les années cinquante où l'on cherche à moderniser les biens de consommation en les rendant plus pratiques et plus nomades, Teisseire ose conditionner ses sirops dans des tubes en aluminium de 20 cl qui remportent immédiatement un vif succès. Puis, en 1959, la marque grenobloise conditionne ses produits dans des bidons métalliques qui ne sont pas sans rappeler ceux qu'exhibent les cyclistes du Tour de France (Bobet, Anquetil, Rivière et Gemiani en sont les vedettes). C'est le début d'une consommation de masse sur le marché français où la grande distribution commence à se structurer.

En 1994, le bidon cylindrique, plus design, se « pince » en son centre pour une meilleure préhension et, tout dernièrement, le bidon « pompe » a été créé pour assurer un dosage sur mesure.

France Bouis

**ULTIFRUIT**

une technologie de pointe

Créé et dirigé par Franck Baccot depuis 1996, Ultifruit élabore à Yigoux, dans l'Essonne, 20000 litres de jus de fruits frais par jour. Son savoir-faire historique : presser des agrumes et en conditionner le jus en utilisant une technologie de haute pression à froid, sans congélation et sans pasteurisation, pour conserver les vitamines du fruit et son goût intact. Ultifruit cultive le « frais » et la sélection des fruits change en fonction des saisons. Pour assurer un équilibre gustatif constant, les variétés peuvent être mélangées en fonction des arrivages. La gamme se compose des « Ultra Frais » (DLC de 8 jours) : orange, pamplemousse, citron, orange-fraise, orange-pamplemousse-fraise ; des « Fraisement Pressé » (DLC de 16 jours) : orange, pamplemousse, citron, orange-fraise, orange-pamplemousse-fraise, orange-carotte, citron-menthe ; et des smoothies : orange-fraise-lurane, mangue-passion-ananas, fraise-fraise.



**CARAIBOS®**  
LE GOÛT DE LA MIXOLOGIE



**WATERMELON FIRE**

- Au shaker :
- 2 cl de rhum ambré\*
  - 2 cl de sirop de Mangou\*
  - 8 feuilles de menthe fraîche
  - 2 cl de jus d'Ananas Contour\*
  - 4 cl de Watermelon Carabos
  - 1 spray flambé d'Angostura Bitters\*

Vermer tous les ingrédients dans un shaker sans Angostura Bitters. Remplir le shaker de glace cubot et bien agiter énergiquement. Passer en une traite à un Highball rempli de glace. Ajouter la décoration et faire flambé le spray d'Angostura Bitters sur le dessus de verre. Distribuer le bouquet de citronnelle et traitée d'ananas.

\* L'alcool d'origine est dilué dans le jus d'ananas à consommation avec modération.



Carabos, partenaire de :



L'Association des Barman de France



International Bartenders Association

www.carabos.com