

Il y a une vie après la grenadine et ce sont les siropiers eux-mêmes qui sont en passe de le démontrer. Dans le contexte d'un marché globalement stabilisé depuis de nombreuses années, et après le succès déjà rencontré par certains parfums floraux (rose, violette, sureau...), ce sont en effet les sirops de plantes qui font bouger les assortiments. Et en l'occurrence, on le verra par la suite, les sirops de (quasiment) toutes les plantes.

Sur le fond, le courant est porté par les mêmes stimuli que pour les variétés à base de fleurs, à savoir : la vague healthy, le retour au naturel, le bien-être positif, la quête d'authenticité, le goût de la nouveauté. Mais à terme, le phénomène en cours devrait se révéler encore plus intéressant car il repousse à maints égards les frontières d'un univers Sirop qui, tant en termes de cible que d'usage, n'a tourné grosso modo à ce jour qu'en circuit fermé : les enfants d'un côté, la fonction désaltérante de l'autre et au beau milieu, la seule grande distribution pour faire le lien. Point barre, ou presque.

DE NOUVELLES PERSPECTIVES À L'HORIZON

Avec les parfums à base de plantes en revanche, on change de registre ou plutôt on l'élargit sensiblement : "Nous restons bien sûr sur le terrain de la boisson mais grâce aux plantes, nous propulsons parallèlement le sirop dans le monde de la cuisine et dans celui de de la mixologie, résume Marc Chenue depuis son atelier francilien. Cela intéresse d'autres profils de consommateurs, plus adultes, et d'autres débouchés commerciaux, plus sélectifs."

Il y a une vingtaine d'années, ce maître artisan fut l'un des tout premiers à ouvrir le bal avec une variété verveine - gingembre alors inédite. Portée depuis par la marque L'Alchimiste, son offre n'a cessé de s'étoffer - thym, basilic, lavande, cannelle, estragon, menthe poivrée, romarin... - et l'homme apparaît dès lors bien placé pour évaluer l'impact de ces sirops new-look auprès de sa clientèle tant privée que professionnelle : "Au-delà du bénéfice santé induit par la plante même, il y a là une idée de modernité et de polyvalence dans les usages qui renouvelle et valorise l'image du sirop tout entier. Y compris auprès de la jeune génération." Un bon point pour l'avenir donc, que semblent d'ailleurs avoir entériné les principaux acteurs du marché.

La production industrielle est ainsi largement partie prenante du mouvement comme en témoignent, d'une région à l'autre, les catalogues de Monin, Bigallet, Rième, Eyguebelle, Combier, Guiot et autre Crozet. Côté plantes, ce dernier propose ainsi une bonne quinzaine de références, des plus classiques (verveine, anis, lavande, sureau) aux plus atypiques (safran): "Nous étions un peu circonspects au départ, mais l'accueil des consommateurs nous a convaincus, reconnaît Jean-Charles Crozet, qui représente avec son frère François, la sixième génération à la tête de la PME rhodanienne. Il y a d'abord un effet de curiosité, puis les gens rachètent et trouvent parfois d'euxmêmes des applications que nous n'avions pas envisagées pour ces produits, notamment en cuisine."



"LA TENDANCE S'INSCRIT DANS LA DURÉE"



JULIA MONTAGNE, CHEF DE MARQUE CHD CHEZ MONIN

"Les sirops de plantes font partie de notre portfolio depuis plusieurs années mais la tendance ne s'est affirmée que tout récemment et elle est a priori durable. Les consommateurs sont en recherche croissante de saveurs fraîches et délicates et cette famille de parfums répond à leur attente. Quoi de mieux en effet qu'un thé glacé hibiscus, une limonade fleur de sureau ou un gin tonic concombre pour varier les plaisirs et s'ouvrir à de nouvelles sensations ?... Le fait intéressant est que les sirops à base de plantes ou de fleurs trouvent également leur place en tant qu'aide culinaire. On utilisera volontiers une sauce parfumée au sirop de citronnelle ou de gingembre pour accompagner un filet de poisson blanc. Idem côté desserts où un sirop de violette et de rose est un ingrédient idéal pour rehausser le goût d'une pâtisserie et lui apporter une touche originale. Chez Monin, c'est en tout cas un univers qui nous fascine et nous allons continuer à l'explorer en suggérant au consommateur des pistes d'utilisation inédites, à l'exemple des quelque 2000 recettes disponibles sur notre site Internet. Nous avons également lancé des formats dédiés aux épiceries fines comme les coffrets (bouteilles de 25 cl ou 5 cl) accompagnés d'idées - recettes faciles à réaliser à la maison."

ARTISANS ET START-UP À LA MANŒUVRE

Il n'en reste pas moins vrai que, ici comme ailleurs, c'est surtout le tissu artisanal qui, à force de créativité, d'audace et de talent, a donné sa véritable impulsion à la tendance. Moins connus et donc moins reconnus nationalement que L'Alchimiste, un certain nombre de "petits" acteurs régionaux apportent ainsi leur pierre à l'édifice.

Tel est le cas du Cueilleur de Douceurs en Haute-Provence, des Délices de Fannette à Saint-Nectaire, de L'Herbier des Montagnes de Jean-Luc Reitzer dans le Haut-Rhin, du Petit Cueilleur dans le Puy-de-Dôme, de l'Artisan du Fruit à Rodez, etc., etc. Le tour de France n'en finirait pas. Enfin, last but not least, une poignée de start-up bien inspirées - et biocompatibles dans la plupart des cas - ont su apporter à l'offre de sirops de plantes une touche super premium qui enrichit plus encore le tableau. Elise Vignaud, fondatrice de Lissip et cousue d'or aux Prix Épicures 2020 pour sa recette gingembre-pomme-hibiscus, illustre cette nouvelle génération de siropiers d'exception avec, en termes de distribution, le commerce de bouche indépendant et le CHR dans le collimateur.





Joël Patin en Bourgogne ou L'Herbier des Montagnes en Alsace démontrent la vitalité et l'originalité de la production artisanale régionale, très souvent en version bio. Idem pour Bacanha et sa gamme de sirops Brut. Avec son approche design aux connotations spiritueuses (flacon gravé et ventru en verre ambré, habillage élégant, bouchon en bois, bec verseur), la marque casse les codes habituels via une collection qui, après le gingembre, le basilic, la réglisse ou le yuzu (400 ml, 9,90 €), accueille en ce printemps 2021 une référence exclusive à la truffe noire : "L'idée est à chaque fois de

retranscrire à 100 % l'authenticité et la naturalité d'une plante, ou en l'espèce d'un champignon, d'où des sirops ultra-concentrés en saveurs, explique Allan Barbosa Ferreira, gérant de l'entreprise créée en 2013. Nous travaillons en ce sens avec des aromaticiens de Grasse et chaque variété doit être au final l'expression de cette exigence. Cela prend du temps, forcément..."

REPÈRES

140 millions de litres.

Ventes annuelles moyennes de sirop en France, soit environ 1,130 milliard de litres de boissons reconstituées.

63,4 % des foyers français achètent du sirop, à raison de 6 actes d'achat par an en moyenne.

93 % des ventes pour les GMS.

21 1 litres

21,1 litres par personne/an de boisson reconstituée.

Consommation moyenne en France, contre 15,2 litres à l'échelle européenne.

34 % des achats

sont réalisés par des consommateurs âgés de 50 ans et plus, sans enfant.

La France est le 2º pays consommateur de sirops en Europe, derrière le Royaume-Uni et devant la Pologne.

5 parfums s'adjugent 72 % des ventes.

Grenadine (29 %), menthe (15 %), citron (13 %), fraise (9 %) et pêche (6 %).

> Sources : panels Kantar Worldpanel, Nielsen, Iri.



Un magicien passionné de nature, créateur de sirops

Découvrez tous les sirops artisanaux concoctés par l'Alchimiste, regroupés en 5 gammes de saveurs : les Aromatiques, les Fruitées, les Florales, les Épicées, les Torréfiées. Ou bien encore laissez votre curiosité vous conduire à la gamme Prestiges ...



LES SIROPS AUTREMENT

9 rue Lalande - 78460 Chevreuse
01 30 45 18 87 lalchimiste.siropier@gmail.com
www.lalchimiste-artisan-siropier.com

DES BONS PLANTS POUR L'AVENIR

C'est ce même goût de l'exigence (et de la différence) qui anime depuis une dizaine d'années Jean-Marc Timon-David, fondateur à Marseille des sirops Eloïde. Lui, comme Marc Chenue pour L'Alchimiste, ne travaille qu'avec des plantes fraîches : "J'avais compris à l'époque que la consommation allait s'orienter vers la recherche de naturalité, que le vent tournait en faveur de produits simples mais résolument qualitatifs. On peut être à la fois très artisanal et très haut de gamme. Eloïde en est la preuve." Là encore le design, aux accents cosmétiques cette fois, aide à faire passer le message au sein d'une gamme de 7 références incluant sirop de citronnelle, de sarriette ou d'estragon (flacon - amphore 20 cl avec bouchon mécanique, 12,50 € PVC moyen) : "Toute la difficulté d'un produit novateur réside dans son usage, admet-il. L'éducation du consommateur se fait au fur et à mesure..." Le leaflet apposé sur chaque bouteille y contribue. la collaboration avec les grands chefs également.



Les entreprises historiques du marché ont pris position sur un segment en plein essor qui leur permet d'élargir tant leur clientèle que le cadre des usages habituels du sirop.



Les Aromatiques de L'Alchimiste, les sirops Brut de Bacanha, dont le dernier-né à la truffe est en cours de lancement, et la provençale Eloïde : trois démarches qui propulsent les sirops de plantes sur un positionnement ultra-premium.

La nature étant par définition très généreuse, le champ du possible pourrait être sans limite pour la confection de sirops de plantes : "Dans l'absolu on peut tout faire, c'est vrai, commente-t-on chez Bacanha, mais encore faut-il que cela matche sur le plan gustatif. C'est loin d'être toujours le cas." Pour preuves, le persil, le pissenlit et autre acacia. Marc Chenue évoque aussi le cas de la sauge et du laurier qui, "malgré leur goût intéressant, figurent au rang des sirops interdits compte tenu d'un risque potentiel de toxicité" (sic).

Bref, sans la triple assurance de gourmandise, de plaisir et de sécurité, pas la peine de se disperser à tout-va. À l'exemple du prochain lancement de L'Alchimiste (une gamme "Collection" qui s'apparente à une démarche de cru avec la famille Menthe pour commencer), la palette actuelle de saveurs n'a d'ailleurs pas fini de livrer tous ses secrets, toute sa richesse aromatique. Pour les rayons sans alcool du caviste ou de l'épicerie fine, la mise au vert ne fait donc que commencer.

Guy Leray