

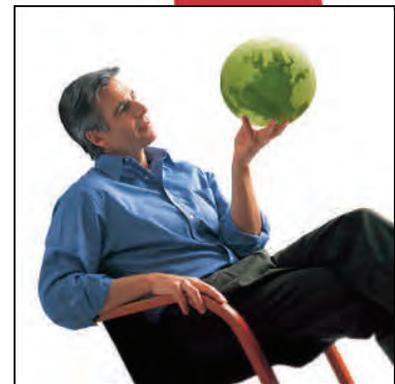


Bureau
des marchés
Internationaux

RAPPORT SUR LES INDICATEURS DE MARCHÉ | AVRIL 2013

Analyse de nouveaux produits et ingrédients de l'érable

Europe





► SOMMAIRE

Le présent rapport a pour objectif de mettre en lumière des débouchés éventuels pour des produits et des ingrédients de l'érable sur le marché européen par le biais d'une analyse des nouveaux sirops introduits en Europe, ainsi que d'une analyse des nouveaux aliments et des nouvelles boissons contenant de l'érable.

De par ses exportations de sirop et de sucre d'érable d'une valeur de 242,1 millions de dollars canadiens, le Canada était le plus imposant pays exportateur de ces produits au monde en 2011.

Plusieurs nouveaux produits de sirop ont été lancés sur le marché européen de janvier 2011 à août 2012. Nombre de ces produits misaient sur leurs qualités supérieure, naturelle et saine. L'allégation « produit biologique » comptait pour presque 30 % de toutes les allégations accompagnant les lancements de sirop, et accompagnait presque la moitié (43,6 %) des introductions de sirop. Les mentions du Canada sur les sirops d'érable lancés étaient aussi assez courantes et incluaient des allégations de « Produit du Canada » ou « Fabriqué au Canada » (Mintel, 2012).

Des dix premières destinations des exportations canadiennes de sirop et de sucre d'érable en 2011, six étaient des pays européens. Le Canada a exporté pour 44,4 millions de dollars canadiens de ces produits vers ces pays en 2011. Parmi ces six pays, les exportations vers le Royaume-Uni ont affiché la croissance la plus forte de 2006 à 2011, suivies des exportations vers le Danemark et l'Allemagne.

Les exportations de sirop et de sucre d'érable du Canada vers l'Union européenne (UE) représentaient la quinzième plus importante catégorie de produits agroalimentaires exportés vers ce marché en 2011, comptant pour 1,3 % de ces exportations (Global Trade Atlas, 2012). Les importations de sirop et de sucre d'érable dans l'UE sont assujetties à un droit de 8 %, alors que les importations d'autres produits de l'érable qui ne sont pas purs à 100 % sont assujetties à des droits plus élevés. Les produits de l'érable sont désignés comme un secteur agricole canadien qui pourrait bénéficier de réductions tarifaires en vertu d'un Accord économique et commercial global (AECG) entre le Canada et l'UE (MAECI, 2012).

Le sirop d'érable a aussi connu un élargissement de son utilisation traditionnelle comme condiment pour crêpes et gaufres. Il est maintenant utilisé comme ingrédient aromatisant naturel dans des produits transformés à valeur ajoutée. Cela est évident dans le développement de nouveaux produits, le sirop d'érable ayant été utilisé dans une variété de nouveaux aliments et de nouvelles boissons lancés en Europe de janvier 2011 à août 2012, allant de céréales froides, collations, produits de boulangerie à boissons. Nombre de ces produits misaient sur leurs attributs supérieur, naturel et sain (Mintel, 2012).

► DANS CE NUMÉRO

<i>Sommaire</i>	2
<i>Aperçu du marché</i>	3
<i>Données du commerce du sucre et du sirop d'érable</i>	4
<i>Sirops</i>	5
<i>Produits de l'érable comme ingrédients de première qualité</i>	11
<i>Autres produits à base d'érable</i>	16
<i>Principales ressources</i>	17



▶ APERÇU DU MARCHÉ



Selon Mintel, le marché des tartinades en Europe, qui inclut les sirops, a continué à prendre de l'essor. La demande pour des gâteries et des produits réconfortants, ainsi que des tartinades naturelles et fonctionnelles, ont alimenté cet essor. Bien que le marché des tartinades sucrées soit en croissance et qu'elles constituent un aliment de base chez les consommateurs, elles font aussi face à une concurrence grandissante de la part de substituts pour le petit déjeuner, comme des céréales, ainsi que de l'évolution des tendances en matière de consommation, notamment le fait que moins de consommateurs mangent un petit déjeuner. Pour être concurrentiels, les fournisseurs de sirop d'érable ont travaillé à élargir les utilisations de leur produit, comme en cuisson et en boulangerie. Les nouveaux produits lancés sur le marché indiquent que l'érable est aussi utilisé comme ingrédient dans une variété de produits transformés offerts aux consommateurs (Mintel, Tartinades sucrées et salées, 2011). Par exemple, la marque KP Nuts (sacs de noix) de United Biscuit, un chef de file du marché au Royaume-Uni, a lancé une sélection de noix de luxe pour Noël 2009, disponible sous forme de noix givrées à saveur de vanille et de cannelle et de noix givrées au sirop d'érable (Mintel, Graines et fruits séchés, 2012). La marque Betty Crocker de General Mills a aussi introduit un mélange à biscuits au sirop d'érable sur le marché (Mintel, Cuisine au foyer, 2012). Mintel suggère que l'utilisation d'ingrédients comme le sucre d'érable et le miel pour sucrer des produits peut aider à créer des saveurs intéressantes et des associations naturelles pour les produits transformés (Mintel, Sucreries et gommages à mâcher, 2012).

Les tartinades sont populaires à travers tous les groupes d'âge en Europe. Toutefois, les tartinades sucrées sont particulièrement populaires auprès des générations plus âgées. Les gens se soucient de plus en plus de leur santé et de leur bien-être, ce qui stimule le développement de nouvelles tartinades, en particulier de produits biologiques ou convenant à certains consommateurs, comme les végétariens et les végétaliens, ou contenant moins d'ingrédients malsains. Le miel, comme édulcorant, a tendance à avoir une image assez saine auprès des consommateurs, et il en est probablement de même du sirop d'érable. La catégorie des tartinades a aussi tendance à bénéficier d'une plus faible sensibilité au prix auprès des consommateurs. Toutefois, la hausse des prix s'est traduite par le fait que certaines catégories sont devenues trop chères pour les consommateurs, y compris le miel. Le sirop d'érable, bien qu'il bénéficie des tendances au plan santé, bien-être et qualité supérieure, peut faire face à ce défi (Mintel, Tartinades sucrées et salées, 2011).

Euromonitor (2012) estime que la valeur des ventes de tartinades au détail sur le marché de l'Europe de l'Est s'élevait à 1,7 milliard de dollars américains en 2012, et qu'elle devrait continuer d'augmenter pour atteindre 2,4 milliards en 2017. Cette augmentation de la valeur représente un taux de croissance annuel composé (TCAC) de 7,5 % de 2007 à 2012 et un TCAC estimé, légèrement plus bas, de 7,0 % de 2012 à 2017. Le marché des tartinades en Europe de l'Ouest est considérablement plus vaste qu'il ne l'est en Europe de l'Est, mais il s'étend à un taux plus bas. La valeur pour ce marché a été estimée à presque 8,6 milliards de dollars américains en 2012; elle augmentera pour atteindre 10,2 milliards en 2017. Cette augmentation de la valeur représente un TCAC de 3,4 % de 2007 à 2012 et un TCAC légèrement plus élevé de 3,7 % pour l'avenir (2012 à 2017).

Taille du marché des aliments transformés contenant du sirop d'érable en Europe Historique/**Prévisions** - Ventes au détail aux prix courants (taux de change fixes de 2012) – M \$ US

Catégories	2007	2008	2009	2010	2011	2012*	2017
Europe de l'Est							
Aliments emballés	118 786,6	135 865,1	144 258,5	155 855,9	170 040,4	183 971,4	257 428,8
Tartinades	1 194,9	1 319,1	1 352,9	1 444,1	1 595,4	1 715,3	2 405,3
Miel	332,7	357,8	364,0	384,5	416,1	438,8	601,0
Europe de l'Ouest							
Aliments emballés	529 863,2	552 244,9	561 348,3	568 920,6	581 568,7	594 079,9	670 818,3
Tartinades	7 220,5	7 503,1	7 785,9	7 946,7	8 233,0	8 551,7	10 235,0
Miel	2 051,5	2 063,6	2 226,4	2 345,8	2 446,9	2 574,4	3 265,2

Source : Euromonitor, 2012.

*Les données de 2012 sont provisoires et fondées sur des estimations se rapportant à une partie de l'année seulement.



► DONNÉES DU COMMERCE DE SUCRE ET DE SIROP D'ÉRABLE

Les exportations mondiales de sucre et de sirop d'érable ont augmenté de 22,9 % de 2006 à 2010. Le Canada est le plus important exportateur de ces produits dans le monde. Le pays a connu une croissance des exportations de 27 % de 2006 à 2011. Bien que l'Allemagne, le Royaume-Uni, la France et le Danemark soient tous d'importants importateurs de sirop et de sucre d'érable, ils se classent aussi parmi les dix premiers exportateurs de ces produits dans le monde.

La valeur des exportations canadiennes de sirop et de sucre d'érable vers l'Europe en 2011 s'élevait à 48,3 millions de dollars, les 27 pays constituant l'UE étant la destination pour presque toutes ces exportations (46,0 millions de dollars). Les exportations canadiennes de sirop et de sucre d'érable vers l'Europe ont augmenté de 75,1 % de 2006 à 2011, alors que les exportations vers l'UE ont connu une augmentation un peu plus marquée de 81,1 %.

Sirop et sucre d'érable : Dix premières destinations des exportations canadiennes – \$ CAN

Pays	2006	2007	2008	2009	2010	2011
États-Unis	137 150 898	153 101 334	156 029 130	167 867 668	142 993 460	150 953 142
Japon	19 028 940	20 752 812	24 612 437	21 669 051	28 092 909	26 531 915
Allemagne	11 011 261	15 874 924	15 478 107	16 414 931	16 224 744	17 685 013
Royaume-Uni	3 604 337	4 323 698	10 130 850	13 069 021	9 593 150	10 619 609
France	5 152 740	5 319 941	6 201 111	8 289 540	7 580 222	8 239 246
Australie	3 781 519	4 817 936	5 400 626	8 129 652	6 883 308	6 772 623
Corée du Sud	1 035 198	2 026 880	1 697 885	2 066 720	2 941 053	5 657 799
Danemark	2 160 102	2 489 716	3 609 875	4 257 666	4 130 080	4 045 516
Suisse	1 993 662	2 145 845	2 258 390	2 115 704	2 741 707	1 931 567
Pays-Bas	1 662 804	1 882 430	1 755 093	2 132 899	2 244 257	1 911 183
Total mondial	190 623 784	217 630 992	233 738 849	252 728 165	231 298 213	242 120 927

Source : Global Trade Atlas, 2012.

*Le rang repose sur les données de 2011. L'écart entre les exportations déclarées du Canada et les importations déclarées par les autres pays s'expliquent par des méthodes de déclaration différentes, par exemple, la méthode d'estimation.

Dans l'ensemble, les importations mondiales de sirop et de sucre d'érable ont augmenté de 16,8 % de 2006 à 2010. Parmi les dix premiers pays importateurs, tous les pays européens ont connu une croissance positive des importations de 2006 à 2011. Dans le cas de la France, les importations de ces produits ont augmenté de 64,4 %; de l'Allemagne, de 54,0 %; du Royaume-Uni, de 210 %; de la Suisse, de 11,8 %; et du Danemark, de 5,7 %. Parmi les dix premiers importateurs, la Corée du Sud a connu la plus forte croissance, ses importations de sirop et de sucre d'érable ayant augmenté de 223,9 %.

Sucre d'érable et sirop d'érable : Dix principaux marchés d'importation dans le monde – \$ CAN

Pays	2006	2007	2008	2009	2010	2011
États-Unis	136 427 510	152 365 604	155 239 947	167 282 143	142 298 991	150 199 347
Japon	24 022 030	26 302 031	33 614 659	27 000 012	34 302 298	31 280 899
Allemagne	12 616 154	16 892 556	16 132 157	17 611 580	18 112 158	19 435 155
Royaume-Uni	10 294 588	13 371 471	11 745 806	15 758 350	12 119 029	12 458 955
France	5 546 253	5 829 207	9 915 791	9 220 253	9 169 221	9 115 408
Canada	5 274 375	1 210 176	5 550 623	10 311 288	8 653 277	11 316 913
Australie	3 387 921	4 819 946	5 702 336	8 658 552	5 855 267	9 592 232
Danemark	3 789 697	4 971 507	4 772 682	4 864 365	4 979 047	4 007 512
Corée du Sud	1 609 467	2 702 583	3 145 151	2 592 637	3 277 333	5 212 736
Suisse	2 020 034	1 971 835	3 235 403	3 739 550	3 209 517	2 257 420
Total mondial	228 074 289	253 132 426	273 937 011	297 675 643	266 370 132	279 953 035

Source : Global Trade Atlas, 2012.

*Le rang repose sur les données de 2011. L'écart entre les exportations déclarées du Canada et les importations déclarées par les autres pays s'expliquent par des méthodes de déclaration différentes, par exemple, la méthode d'estimation.

► **SIROPS**



D'après la base de données mondiale de Mintel sur les nouveaux produits (Global New Products Database ou GNPD), 117 produits à base de sirop ont été introduits sur le marché européen entre janvier 2011 et août 2012. De ces produits, 92 étaient entièrement nouveaux et 15 étaient des ajouts à des gammes existantes ou de nouvelles variétés, alors que neuf étaient des produits sous nouvel emballage et un était un produit lancé de nouveau. En 2011, 61 sirops ont été introduits sur le marché européen, alors que 56 y ont été introduits entre janvier et août 2012.

Des sirops introduits de janvier 2011 à août 2012, 20 étaient des sirops d'érable. Sept de ceux-ci étaient identifiés comme provenant du Canada dans le titre du produit. Les prix pour les nouveaux produits à base de sirop allaient de 0,01 \$ US/ml à 0,07 \$ US/ml, le plus dispendieux étant un sirop de catégorie A pur à 100 %, fabriqué au Canada, certifié casher et biologique, qui convient aux végétaliens.

Parmi les pays européens, l'Allemagne a, de loin, lancé le plus grand nombre de nouveaux produits à base de sirop de janvier 2011 à août 2012, qui représentaient 26,5 % des sirops mis en marché en Europe. Viennent ensuite l'Espagne (17,9 %), la Finlande (14,5 %), puis la France et le Royaume-Uni (chacun 9,4 %). L'Allemagne a fait quatre lancements de sirop d'érable, l'Allemagne quatre, l'Italie et le Royaume-Uni, chacun trois, et la République tchèque, la France et l'Espagne, chacun deux.

Entreprises principales

Les produits de sirop introduits en Europe sont plutôt dispersés entre les marques et les entreprises, les 10 premières entreprises représentant 33,3 % des produits introduits. De janvier 2011 à août 2012, **Abaliment** était l'entreprise qui a lancé le plus grand nombre de nouveaux produits de sirop en Europe. Ces produits comprenaient une gamme de sirops à la fraise, au caramel, de chocolat et à la vanille en Espagne.

El Corte Inglés venait au deuxième rang des entreprises qui ont lancé le plus grand nombre de nouveaux produits de sirop, qui incluaient deux sirops d'agave, dont l'un biologique, et une gamme de sirops d'érable, à la fraise et au caramel. Ces produits provenaient aussi d'Espagne.

Une autre gamme de sirops a été lancée par **Hero** en Allemagne, qui venait au troisième rang des entreprises qui ont lancé le plus grand nombre de nouveaux produits de sirop en Europe. Cette gamme incluait diverses saveurs, tels des sirops de noix, à la vanille, chai, de noisette et au caramel. Les **Laboratorios Almond** ont lancé sur les marchés de l'Espagne et de la France des produits qui incluaient deux sirops d'agave, un sirop de riz biologique et un sirop de fruits biologique. L'entreprise **Riipisen Riistaherkut** a aussi lancé en Finlande quelques sirops intéressants (sirops de pousses d'épinette, de bleuet et de chicouté) qui peuvent être ajoutés aux breuvages.

Nouveaux produits de sirop introduits en Europe – De janvier 2011 à août 2012 selon le pays

Pays	Nouveaux produits de sirop
Allemagne	31
Espagne	21
Finlande	17
France	11
Royaume-Uni	11
République tchèque	5
Pays-Bas	5
Turquie	5
Italie	4
Pologne	3
Belgique	1
Danemark	1
Portugal	1
Russie	1
Échantillon total	117

Nouveaux produits de sirop introduits en Europe – De janvier 2011 à août 2012 selon le propriétaire de la marque

Entreprise	Marque(s)	Nouveaux produits de sirop
Abaliment	Betania	7
El Corte Inglés	El Corte Inglés, El Corte Inglés Special Line, et Hipercor Special Line	5
Hero	Schwartau	5
Laboratorios Almond	NaturGreen	4
Riipisen Riistaherkut	Riipisen	3
Piccolo-Systems	Berrier	3
Vuokatin Viini	Vuokatin Viini	3
Tate & Lyle	Lyle's Golden Syrup, et Lyle's Squeezy Syrup	3
Bio Nebio	Bio Kvalita, Bio Nebio, Nase Bio	3
Voelkel	Voelkel Vollfrucht	3
Autres entreprises	Autres marques	78
Échantillon total		117

Source pour les deux tableaux : Mintel, 2012.

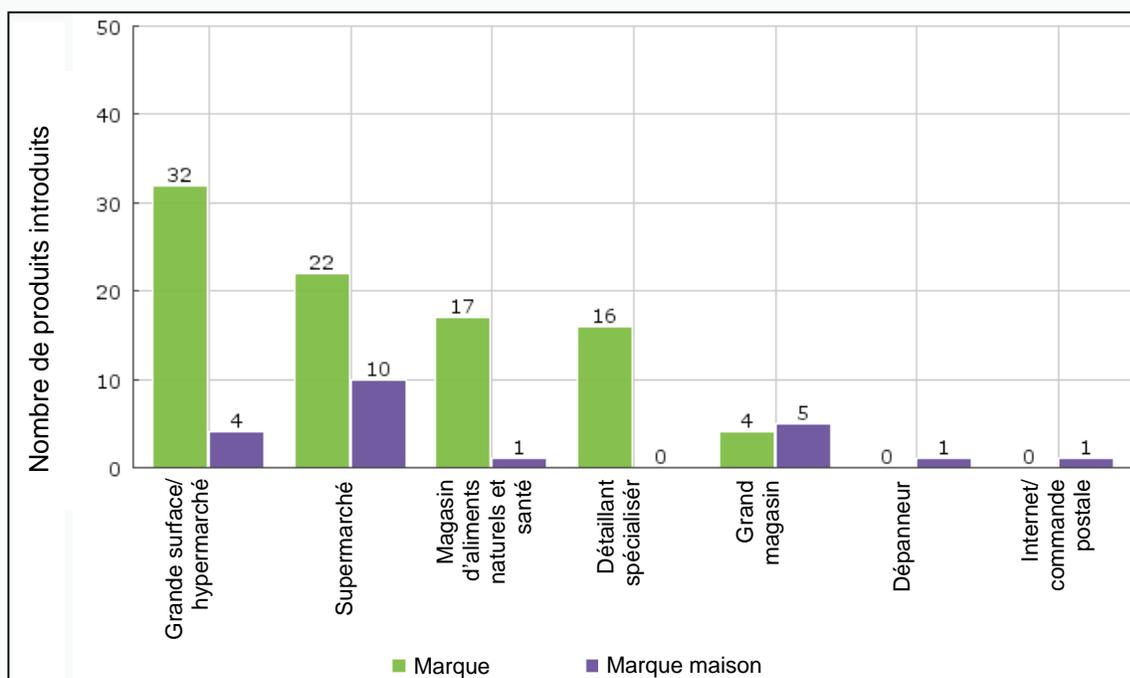
► **SIROPS (suite)**



Distribution

La majorité des nouveaux sirops ont été lancés dans des grandes surfaces (environ 30 % des nouveautés), suivis de près par les supermarchés (27,4 %). Toutefois, les magasins d'aliments naturels et santé et les détaillants spécialisés ont aussi offert un certain nombre de nouveaux produits de sirop. Parmi les sirops introduits, environ 18 % étaient des produits de marque maison, certains types de magasin affichant une plus grande présence de ces produits. Les supermarchés ont lancé la plus grande proportion de produits de sirop de marque maison, qui représentaient 31,3 % des sirops qui y ont été introduits. Certains produits sont aussi importés en vrac depuis le Canada et embouteillés en Europe, où ils sont vendus sous une marque maison.

**Nouveaux produits de sirop introduits en Europe
– De janvier 2011 à août 2012 selon le type de magasin et de marque maison**



Source : Mintel, 2012. *Le nombre de produits introduits n'est pas égal à 117, car le type de magasin pour chaque produit n'était pas disponible.

Emballage

Le format d'emballage le plus commun pour les lancements de produits de sirop était 250 ml. Ce format était vendu dans des supermarchés, des grandes surfaces et des hypermarchés, ainsi que chez des détaillants spécialisés. La majorité des formats de 350 g (le deuxième le plus couramment utilisé pour les lancements de sirop) étaient offerts chez des détaillants spécialisés. Bien que la plupart des magasins offraient une certaine variété de formats, le format de 200 ml (le troisième le plus couramment utilisé pour les introductions de sirop) n'était offert que dans les grandes surfaces et les hypermarchés.

Il est évident que le type bouteille est le type d'emballage le plus populaire pour les lancements de sirop en Europe, comptant pour presque trois quarts des lancements. Pour ce qui est du matériau d'emballage, le verre ordinaire est, de loin, le plus commun parmi les lancements de sirop, comptant pour presque 61 % des lancements, suivi du polyéthylène téréphtalate (PET) (21 %) et de plastique non précisé (11 %).

Nouveaux produits de sirop introduits en Europe – De janvier 2011 à août 2012 selon l'emballage

Type d'emballage	Nouveaux produits de sirop
Bouteille	85
Bocal	19
Bouteille inversée*	8
Boîte	2
Contenant souple	1
Tube	1

Source : Mintel, 2012.
*Une bouteille inversée repose sur le bouchon.

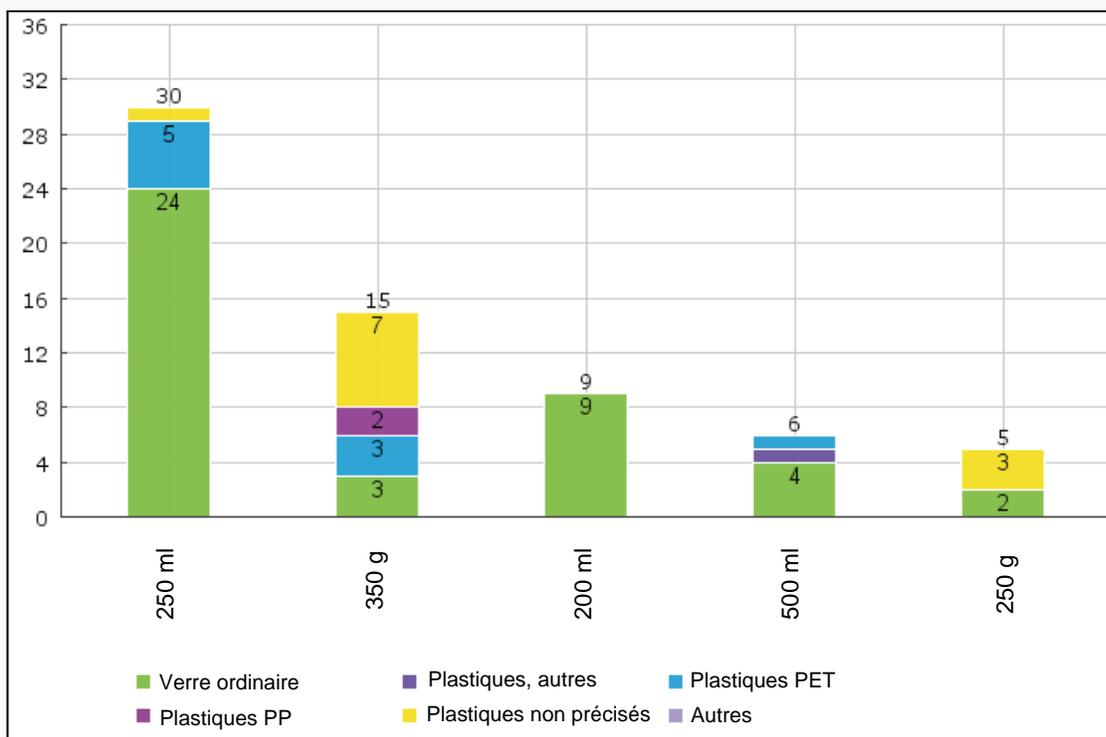
► **SIROPS (suite)**



Parmi les contenants de 250 ml, le verre ordinaire est notamment l'emballage le plus couramment utilisé. Toutefois, pour un format de 350 g, du plastique non précisé est l'emballage le plus couramment utilisé; du PET, du verre ordinaire et du polypropylène (PP) sont aussi utilisés. Tous les produits de sirop introduits de 200 ml étaient offerts dans un emballage de verre ordinaire, tout comme la majorité des produits de 500 ml.

Les produits faciles à utiliser ont été le point de mire du développement d'emballage. Les emballages permettant aux consommateurs de verser facilement du sirop étaient évidents. Ils incluaient des formes allongées à bouchon s'ouvrant d'un coup sec, ainsi que des emballages à bec verseur antigoutte. Toutefois, les sirops d'érable lancés ne l'étaient pas souvent dans de nouvelles formes d'emballage; ils étaient plus souvent offerts dans l'emballage traditionnel du sirop d'érable, soit une bouteille arrondie à capsule à vis.

**Nouveaux produits de sirop introduits en Europe
– De janvier 2011 à août 2012 selon le matériau et le format d'emballage**



Source : Mintel, 2012.

Nota : PP (polypropylène), PET (polyéthylène téréphthalate).

Certains formats d'emballage semblent être plus couramment utilisés dans les divers pays. En Allemagne, la majorité des sirops introduits de janvier 2011 à août 2012 étaient offerts en format de 250 ml, puis venaient les formats de 200 ml et 500 ml. La plupart des magasins libre-service en Allemagne offraient des bocaux de 1 L à ses clients du service de la restauration. Les sirops introduits en Espagne étaient principalement offerts en format de 350 g, les formats de 250 g et de 360 g étant aussi couramment utilisés. Les formats de 250 ml, 215 ml et 200 ml étaient les plus communs en Finlande alors que, au Royaume-Uni, les formats de 250 ml, 350 g et 454 g étaient les plus communs. Les formats des sirops lancés dans d'autres pays variaient fortement. Toutefois, dans la République tchèque, trois des cinq sirops introduits l'ont été dans un format de 250 ml.

► **SIROPS (suite)**



Allégations

L'allégation « biologique » était la plus couramment utilisée sur les sirops introduits en Europe de janvier 2011 à août 2012. Elle représentait presque 30 % des allégations utilisées sur les nouveaux produits de sirop et était utilisée sur presque la moitié (43,6 %) des sirops introduits.

Les sirops d'agave, qui ont tendance à faire concurrence aux sirops d'érable biologiques sur le marché, étaient le type de sirop biologique le plus commun qui ait été introduit. Toutefois, les produits de sirop d'érable venaient au deuxième rang des allégations « biologique », avec neuf produits. Parmi les autres sirops biologiques introduits s'inscrivaient les suivants : sirops de fruits, de bleuets, de canneberges, d'aronies et de dattes; sirops de riz et d'épeautre; et sirops de mélasse, de caramel et de gingembre.

D'autres allégations de produits écologiques, naturels et sains accompagnaient aussi couramment des sirops lancés, notamment : sans additifs ni agents de conservation (7,9 % des allégations), indice glycémique nul/faible/réduit (7,3 %), sans gluten (5,1 %) et teneur nulle/faible/réduite en allergènes (5,1 %). Les allégations relatives au mode de vie étaient également communes, « végétarien », « casher », « sans ingrédients d'origine animale » et « végétalien » comptant aussi parmi les dix premières allégations utilisées sur les sirops introduits.

Un coup d'œil général sur les types d'allégations utilisées révèle que les allégations « naturel », comme « biologique », « sans additifs ni agents de conservation » et « produit entièrement naturel », étaient les plus courantes. Des allégations « naturel » ont été utilisées 64 fois sur de nouveaux produits lancés, alors que les allégations en ce qui concerne une réduction venaient au deuxième rang des allégations les plus communes. Les allégations de réduction, comme « teneur nulle/faible/réduite » ont été utilisées 19 fois sur des sirops introduits, alors que les allégations de type « convient à », comme dans le cas de certains types de consommateurs (végétariens, végétaliens, diabétiques, etc.) ont été utilisées 19 fois.

Nouveaux produits de sirop introduits en Europe – De janvier 2011 à août 2012 selon l'allégation

Allégations	Nouveaux produits de sirop
Produit biologique	51
Sans additifs ni agents de conservation	14
Indice glycémique nul/faible/réduit	13
Sans gluten	9
Teneur nulle/faible/réduite en allergènes	9
Éthique - emballage écologique	8
Produit végétarien	8
Casher	6
Teneur nulle/faible/réduite en sucre	6
Sans ingrédient d'origine animale	6
Produit végétalien	6
Autres allégations	47
Nombre total d'allégations	177*

Source : Mintel, 2012.

*Le nombre total d'allégations n'est pas égal à 117, car plus d'une allégation peut accompagner un produit.

- Selon Mintel, de septembre à décembre 2012, 31 produits de sirop additionnels ont été introduits sur le marché européen. Ces produits incluaient un certain nombre de sirops d'agave, six produits de sirop d'érable et une gamme d'autres sirops. Les six sirops d'érable introduits étaient identifiés comme étant produits ou fabriqués au Canada.
- L'allégation « biologique » accompagnait le plus couramment ces sirops. Deux produits de sirop d'érable étaient biologiques, et ils étaient positionnés sur les marchés de l'Allemagne et de la Norvège. Les quatre autres ont été lancés sur le marché du Royaume-Uni (trois) et de la France (un).



Sirop d'érable biologique (culture biologique au Canada)



Sirop d'agave biologique en berlingot facile à fermer

Source pour les deux : Mintel, 2012.

► SIROPS (suite)



Exemples de nouveaux produits

Suivent des exemples de nouveaux produits de sirop d'érable introduits sur le marché européen de janvier 2011 à décembre 2012. Nombre des produits de sirop vantés comme étant produits ou fabriqués au Canada ont aussi mis en évidence leurs aspects de qualité supérieure, par exemple comme étant biologiques, naturels et sains.

La mise en évidence des nombreuses façons innovatrices que le sirop d'érable peut être utilisé, non seulement sur des crêpes, mais aussi sur des céréales et salades de fruits, comme vinaigrette, dans des boissons et du yaourt, comme aromatisant de viandes ou succédané de sucre/édulcorant dans des recettes, semble constituer une autre pour différencier les produits de sirop sur le marché. De nouvelles saveurs de sirop, par exemple aux bleuets et au beurre de pacanes, offrent aussi une diversité croissante de produits aux consommateurs.



Sirop d'érable clair Canada N° 1

Pays : Royaume-Uni
Entreprise : Tesco
Marque : Tesco Finest (marque maison)
Nom du magasin : Tesco Extra
Type de magasin : Grande surface/hypermarché
Date de publication : Août 2012

Ce nouveau produit est décrit comme étant un sirop d'érable clair Canada N° 1 provenant du Québec. Il se vend en bouteille de verre ordinaire de 330 g. Les allégations visant ce produit sont les suivantes : éthique – emballage écologique, teneur nulle/faible/réduite en sucre, de qualité supérieure, produit végétarien.

Sirop d'érable canadien

Pays : France
Entreprise : 1.2.3. Bio
Marque : 1.2.3. Bio
Nom du magasin : Carrefour
Type de magasin : Grande surface/hypermarché
Date de publication : August 2011

Ce nouveau produit est décrit comme étant un sirop épicié de catégorie C, fabriqué au Canada, à légère saveur de caramel et certifié biologique. Quelques utilisations intéressantes sont aussi mentionnées, comme avec du yaourt, des fruits frais ou de la crème glacée. Il se vend en bouteille de verre ordinaire de 250 ml.



Sirop d'érable

Pays : Finlande
Entreprise : TerraSana
Marque : TerraSana
Nom du magasin : K-Citymarket
Type de magasin : Grande surface/hypermarché
Date de publication : Décembre 2011

Ce nouveau produit est décrit comme un sirop d'érable 100 % pur de catégorie A produit au Canada. Il se vend en bouteille de verre ordinaire de 330 g. Les allégations visant ce produit incluent les suivantes : casher, sans ingrédients d'origine animale, produit biologique, produit végétalien.

Sirop d'érable

Pays : Italie
Entreprise : Lune de Miel
Marque : Maple Joe
Nom du magasin : Unes
Type de magasin : Supermarché
Date de publication : Février 2012

Ce nouveau produit est décrit comme un produit canadien pur à 100 %. Il se vend en bouteille de verre ordinaire de 250 g. Diverses façons d'utiliser ce produit sont aussi soulignées : sucrer des boissons, verser sur crêpes, céréales, yaourts et fruits, et utiliser pour aromatiser des plats de porc, de chèvre et de poulet.



Source pour tous les produits : Mintel, 2012.

▶ SIROPS (suite)



Sirop d'érable canadien

Pays : Allemagne
Entreprise : Kaiser's Tengelmann
Marque : Naturkind (marque maison)
Nom du magasin : Kaiser's
Type de magasin : Supermarché
Date de publication : Décembre 2011

Ce produit a été réemballé dans une nouvelle bouteille de verre ordinaire de 250 ml. Il est décrit comme un sirop biologique certifié de catégorie A, recommandé pour être servi avec des crêpes et du muesli, ainsi qu'une variété d'autres plats.

Sirop d'érable biologique

Pays : Allemagne
Entreprise : Bio-Zentrale
Marque : Bio Zentrale
Nom du magasin : Kaiser's
Type de magasin : Supermarché
Date de publication : Juillet 2011

Ce nouveau produit est décrit comme étant 100 % canadien et certifié biologique. Il se vend en bouteille de verre ordinaire de 250 ml.



Sirop d'érable biologique de catégorie A

Pays : Italie
Entreprise : Vita+ Naturprodukte
Marque : Verival Bio
Nom du magasin : Carrefour
Type de magasin : Grande surface/hypermarché
Date de publication : Juin 2012

Ce nouveau produit est réputé être fabriqué à partir de jus d'érables à sucre. Sa couleur est claire et son goût, doux. Il est décrit comme pouvant être utilisé comme édulcorant pour yaourt, crème glacée et salade de fruits. Il se vend en bouteille de verre ordinaire de 250 ml.

Sirop d'érable biologique canadien

Pays : Pays-Bas
Entreprise : Faan Wolvega
Marque : Bio Fan
Nom du magasin : Albert Heijn
Type de magasin : Supermarché
Date de publication : Mai 2012

Selon les allégations, ce nouveau produit est biologique. Il se vend en bouteille de verre ordinaire de 250 ml.



Sirop de bleuets biologiques

Pays : Danemark
Entreprise : Urtekram
Marque : Urtekram
Nom du magasin : Netto
Type de magasin : Supermarché
Date de publication : Octobre 2011

Ce nouveau produit est décrit comme étant un sirop induisant des rêves séduisants, au goût délicat et parfumé. Il est fabriqué à partir de bleuets sauvages et de sirop d'érable du Québec. Selon les allégations, ce produit est biologique; il porte les logos de la certification biologique Debio et KRAV. Il se vend en bouteille de verre ordinaire de 250 ml.

Source pour tous les produits : Mintel, 2012.



► PRODUITS DE L'ÉRABLE COMME INGRÉDIENTS DE PREMIÈRE QUALITÉ

Le sirop d'érable est utilisé comme ingrédient dans une vaste variété d'aliments et de boissons en Europe. Les acériculteurs ont innové pour créer de nouveaux formats à base de sirop d'érable qui attireront l'attention des consommateurs. Les tendances en matière de santé et la demande pour des ingrédients et des produits naturels soutiendront probablement la croissance future de ces secteurs.

Selon Mintel, 194 nouveaux aliments et nouvelles boissons ont été introduits sur le marché européen de janvier 2011 à août 2012, avec au moins une variété du produit portant la mention érable*. *Pour le reste du présent rapport, ces produits seront désignés « produits de l'érable ». Veuillez prendre note que ces produits n'incluent pas les produits de sirop, car ils ont déjà été analysés dans les premières parties du rapport.*

Le Royaume-Uni a connu, de loin, le plus grand nombre de lancements de nouveaux produits de l'érable* en Europe. Plus de la moitié de ces produits ont été lancés sur ce marché (52,1 %), puis venaient l'Allemagne (18,6 %) et la France (6,2 %). Le Royaume-Uni a vu 63 lancements de produits de l'érable en 2011, et 38 jusqu'à la fin août 2012. L'Allemagne n'a connu que 10 lancements en 2011, mais le pays en avait déjà 26 à la fin août 2012.

Entreprises principales

De janvier 2011 à août 2012, Wal-Mart a lancé le plus grand nombre de produits de l'érable en Europe, soit 27, ce qui représentait 13,9 % du total des lancements de produits de l'érable. Ces produits portaient tous la marque Asda, et se composaient de céréales froides, de petits gâteaux, de sauces et de fromages.

Tesco venait en deuxième place au titre du nombre de produits introduits (10,3 % du total). Les produits se composaient principalement de confectios, comme une quiche au gruyère et au bacon à l'érable, du gruau instantané, de barres de céréales à l'érable et du chocolat contenant des morceaux de noix de Grenoble caramélisés de sirop d'érable.

Unilever venait en deuxième place au titre du nombre de produits lancés (8,8 % du total). Ces produits comprenaient des produits laitiers congelés, comme de la crème glacée contenant du sirop d'érable, et une gamme de thés, dont un thé à saveur de pomme et d'érable.

Nouveaux produits de sirop d'érable introduits en Europe – De janvier 2011 à août 2012 selon le pays**

Pays	Nouveaux produits de l'érable
Royaume-Uni	101
Allemagne	36
France	12
Irlande	8
Pologne	8
Suède	8
Finlande	6
Russie	4
Autriche	3
Italie	3
Norvège	3
Danemark	1
Suisse	1
Total	194

Nouveaux produits de sirop d'érable* introduits en Europe – De janvier 2011 à août 2012 selon le propriétaire de la marque

Entreprise	Marque(s)	Nouveaux produits de l'érable*
Wal-Mart	Asda Chosen By You	27
Tesco	Country Barn	1
	Tesco	8
	Tesco Finest	11
Unilever	Langnese Cremissimo	1
	Eskimo Cremissimo	3
	Lipton	6
	Ben & Jerry's	7
LSP Sporternahrung	Oat King	16
Nestlé	Mövenpick	3
	Mövenpick Classics	6
Morrisons	M Kitchen Bistro	1
	Morrisons	7
Bremer Hachez Chocolate	Hachez Braune Blätter	6
Border Biscuits	Border Biscuits	6
	Gourmet Goodness	6
Potts Partnership	Owen Potts'	5
Maple Leaf Bakery	New York Bakery Co	5
Autres entreprises	Autres marques	75
Échantillon total		194

Source pour les deux tableaux: Mintel, 2012. *À l'exclusion des sirops, et avec au moins une variété de produits portant la mention érable.

*Mintel calcule le nombre de produits selon que l'érable est mentionné sur l'étiquette d'un produit et inclut aussi d'autres variétés de la même gamme de produits.

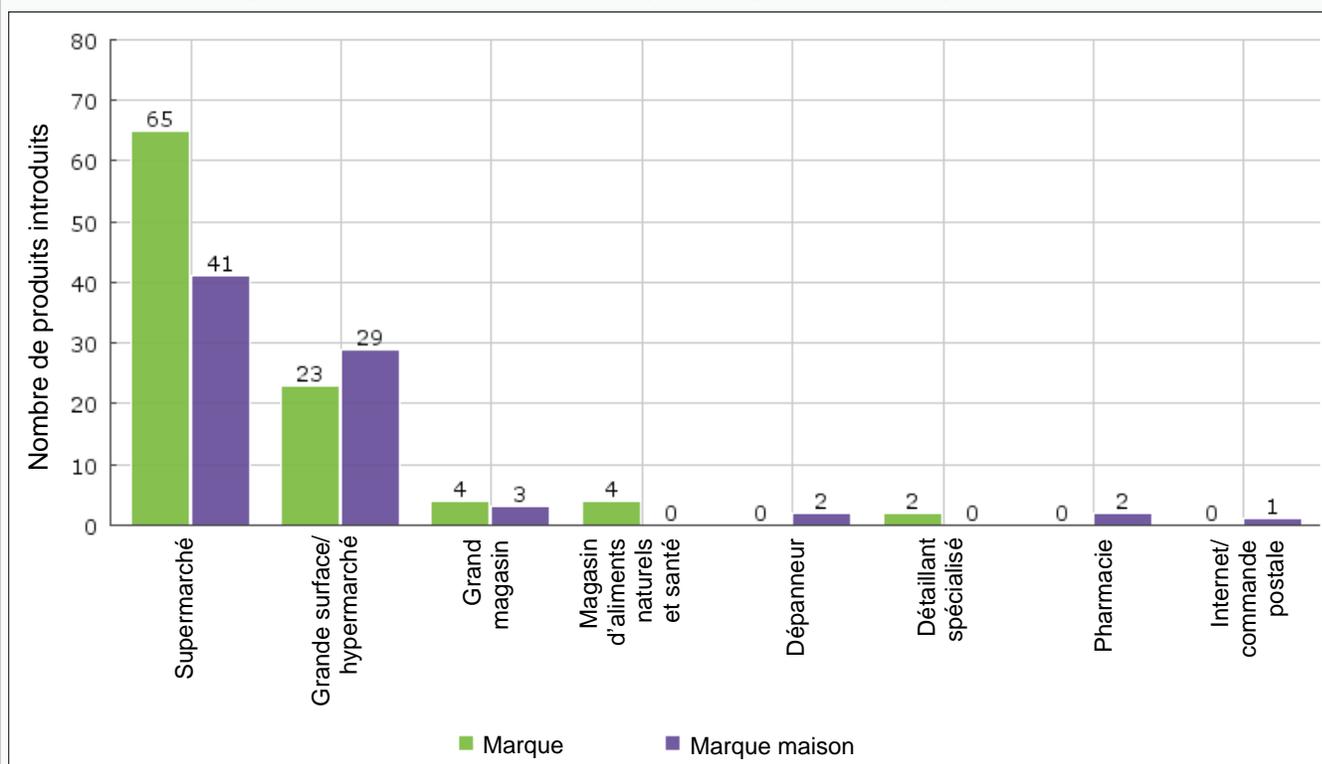


► PRODUITS DE L'ÉRABLE COMME INGRÉDIENTS DE PREMIÈRE QUALITÉ (suite)

Distribution

De janvier 2011 à août 2012, les supermarchés constituaient le type de magasin le plus commun pour ce qui est des introductions de produits de l'érable* en Europe; ils représentaient plus de la moitié du total des lancements. Bien que la majorité des nouveaux produits de l'érable dans les supermarchés étaient des produits de marque, presque 40 % étaient des produits portant une marque de distributeur. Les grandes surfaces et les hypermarchés venaient en deuxième place; ils représentaient 26,8 % des lancements de ces produits en Europe. Par contre, les produits qu'ils ont introduits portant une marque de distributeur constituaient une plus grande proportion (55,8 %) que les produits de marque.

Nouveaux produits de l'érable* introduits en Europe
– De janvier 2011 à août 2012 selon le type de magasin** et la marque de distributeur



Source : Mintel, 2012.

*À l'exclusion des sirops, et avec au moins une variété de produits portant la mention érable.

**Le total des nouveaux produits introduits ne s'élève pas à 117, car le type de magasin pour chaque produit introduit n'était pas disponible.

Les nouveaux produits offerts dans les supermarchés étaient principalement des confectés, comptant pour 24 produits, des desserts laitiers congelés (18 produits) et des biscuits sucrés, des sauces préparées et des thés (chacun six produits). Parmi les nouveaux produits offerts dans les grandes surfaces et les hypermarchés se trouvaient 15 céréales froides, sept produits contenant des morceaux de chocolat, six fromages et six produits laitiers congelés.

L'allégation « écologique » est celle qui est la plus couramment utilisée sur les nouveaux produits de l'érable offerts dans les supermarchés, suivie des allégations « produit végétarien » et « de qualité supérieure ». Parmi les nouveaux produits de l'érable offerts dans les grandes surfaces et les hypermarchés, l'allégation « de qualité supérieure » était la plus couramment utilisée, suivie des allégations « produit végétarien » et « sans additifs ni agents de conservation ».



► PRODUITS DE L'ÉRABLE COMME INGRÉDIENTS DE PREMIÈRE QUALITÉ (suite)

Allégations

Bien que le nom du pays d'origine des ingrédients de sirop d'érable n'était pas indiqué sur la majorité des nouveaux produits, certains de ceux-ci faisaient référence au Canada par des titres ou des images. Par exemple, une bouteille de sirop d'érable et un drapeau canadien apparaissaient sur une boîte de céréales aux noix et à l'érable. Les délégués commerciaux conseillent que la mise en valeur de l'origine canadienne des sirops d'érable par le biais de la feuille d'érable de la marque Canada offre des occasions intéressantes et positives sur le marché allemand, car des investissements sont en voie d'être faits pour y promouvoir les produits canadiens en 2013 et 2014.

De janvier 2011 à août 2012, 389 allégations ont été faites au sujet de produits de l'érable* introduits sur le marché européen. Parmi toutes les allégations pour ces nouveaux produits, les types les plus communs étaient des allégations convenant à certains consommateurs (comme les végétariens ou les végétaliens), suivies des allégations « éthique » et « écologique » (p. ex. commerce équitable, durable), d'allégations commerciales (p. ex. « de qualité supérieure »), d'allégations « naturel » et d'allégations « sans » (p. ex. teneur nulle/faible/réduite en sucre, sans additifs ni agents de conservation).

Parmi les allégations particulières, l'allégation « produit végétarien » était la plus commune. Elle constituait environ 15 % du total des allégations et accompagnait particulièrement des céréales froides, des produits laitiers congelés, des gâteaux, pâtisseries et produits sucrés, ainsi que des fromages.

L'allégation « emballage écologique », qui constituait 12,1 % du total des allégations, venait au deuxième rang des allégations les plus couramment utilisées. Elle accompagnait le plus fréquemment des confectés, des biscuits sucrés et des thés. L'allégation « de qualité supérieure » venait au troisième rang; elle constituait 11,1 % du total des allégations. Elle accompagnait particulièrement des céréales froides, suivies de confectés et de produits laitiers congelés.



Nouveaux produits de l'érable* introduits en Europe – De janvier 2011 à août 2012 selon les allégations

Allégations	Nouveaux produits de l'érable
Produit végétarien	55
Emballage écologique	47
De qualité supérieure	42
Sans additifs ni agents de conservation	33
Teneur nulle/faible/réduite en gras trans	15
Teneur nulle/faible/réduite en sucre	15
Éthique – produit animal	14
Produit végétalien	13
Teneur nulle/faible/réduite en allergènes	12
Sans ingrédient d'origine animale	11
Facile à préparer	9
Autres allégations	47
Nombre total d'allégations	127**

Source : Mintel, 2012.

*À l'exclusion des sirops, et avec au moins une variété de produit portant la mention érable.

**Le total des allégations ne s'élève pas à 117, car plus d'une allégation peut être faite au sujet d'un produit.

Barre protéinée à l'érable et aux arachides de Pulsin'

Ce produit a été lancé en Finlande en mars 2012. Selon les allégations, il est élevé en fibres, végétalien, biologique, et de qualité supérieure. Il ne contient ni sucre ajouté, ni produits laitiers, ni gluten, ni soja, ni gras trans ou d'organismes génétiquement modifiés.

Source : Mintel, 2012.



► PRODUITS DE L'ÉRABLE COMME INGRÉDIENTS DE PREMIÈRE QUALITÉ (suite)

Sous-catégories

De nouveaux produits contenant des produits de l'érable, appartenant à une vaste gamme de catégories, ont été lancés, les céréales froides en représentant le plus grand nombre. Un certain nombre de céréales renfermaient le mot « érable » dans le nom du produit, comme « céréales croustillantes aux pacanes et à l'érable ». Des 28 nouvelles céréales froides lancées, 24 l'ont été sur le marché du Royaume-Uni.

Les catégories de produit qui avaient le plus grand nombre d'allégations étaient les suivantes : barres-collations/barres de céréales/barres énergétiques; céréales froides; confectons; produits laitiers congelés; et biscuits sucrés.

Les produits de confection venaient au deuxième rang des nouveaux produits lancés, la vaste majorité étant des quiches. Presque tous ces nouveaux produits, soit 23 du total de 26, ont aussi été lancés sur le marché du Royaume-Uni. Cependant, l'Allemagne a connu la majorité des lancements de barres-collations/barres de céréales/barres énergétiques, soit 16 de 25 en Europe.



Sainsbury goûtez la différence Érable canadien la collection de noix rôtie

Lancer au Royaume-Uni en 2011, positionné, produit de haute qualité, se situe sous-catégorie de noix.

Source : Mintel, 2012.

Nouveaux produits de l'érable* introduits en Europe – De janvier 2011 à août 2012 selon la sous-catégorie

Sous-catégories	Nouveaux produits de l'érable*
Céréales froides	28
Confections	26
Barres-collations/barres de céréales/barres énergétiques	25
Produits laitiers congelés	23
Gâteaux, pâtisseries et produits sucrés	11
Biscuits sucrés	11
Friandises au chocolat non enveloppées individuellement	7
Fromage à pâte dure ou ferme	6
Sauces préparées	6
Thé	6
Autres sous-catégories	45
Nombre total de produits	194

Source : Mintel, 2012.

*À l'exclusion des sirops, et avec au moins une variété de produit portant la mention érable.

**Le total des allégations ne s'élève pas à 117, car plus d'une allégation peut être faite au sujet d'un produit.

- Selon Mintel, 76 nouveaux aliments et nouvelles boissons à base de produits de l'érable (sirops non compris) ont été lancés de septembre à décembre 2012. La majorité de ces nouveautés étaient des produits laitiers congelés, suivis de céréales froides et ensuite de gâteaux, pâtisseries et produits sucrés.
- Selon les principales allégations les concernant, ces produits sont offerts en emballage écologique, ils ont une teneur nulle, faible ou réduite en allergènes et ils attireront les végétariens. « Biologique » était la neuvième allégation la plus couramment utilisée et « de qualité supérieure », la seizième.



► PRODUITS DE L'ÉRABLE COMME INGRÉDIENTS DE PREMIÈRE QUALITÉ (suite)

Exemples de nouveaux produits

Les lancements de nouveaux aliments et de nouvelles boissons (à l'exclusion des sirops) en Europe de janvier 2011 à décembre 2012 ont couvert une gamme de sous-catégories. Des exemples de ces produits, mettant en évidence la diversité des produits à base de produits de l'érable et leur position sur le marché, sont présentés ci-dessous (Mintel, 2012).

Flocons biologiques givrés de sirop d'érable

Pays : Grèce

Entreprise : Whole Earth Foods

Marque : Whole Earth

Sous-catégorie : Céréales froides

Nom du magasin : Prasino

Type de magasin : Magasin d'aliments naturels et santé

Date de publication : Novembre 2012

Ce nouveau produit biologique est décrit comme des flocons de maïs légèrement givrés de sirop d'érable canadien. Il comporte un ensemble d'allégations, allant de produit écologique, sans gluten et à teneur en matières grasses faible, réduite ou nulle, convenant aux végétaliens et aux végétariens.



Sauce aux canneberges avec sirop d'érable canadien

Pays : Allemagne

Entreprise : REWE Markt

Marque : Rewe Feine Welt (marque maison)

Sous-catégorie : Sauces préparées

Nom du magasin : REWE

Type de magasin : Supermarché

Date de publication : Mars 2011

Ce nouveau produit est décrit comme une sauce fruitée et acidulée, fabriquée à partir de canneberges et de sirop d'érable provenant du Canada.

Crème glacée avec noix de Grenoble caramélisées et sirop d'érable canadien

Pays : Russie

Entreprise : Glacio

Marque : Viva la Crema

Sous-catégorie : Produits laitiers congelés

Nom du magasin : Utkonos

Type de magasin : Supermarché

Date de publication : Août 2012

Cette nouvelle variété/nouvel élément de gamme est décrit comme un produit exclusif fabriqué à partir de crème fraîche et de sirop d'érable canadien. Une cuillère est incluse à l'intérieur du contenant.



Maïs soufflé à l'érable

Pays : Royaume-Uni

Entreprise : Boots

Marque : Boots Shapers (marque maison)

Sous-catégorie : Maïs soufflé

Nom du magasin : Boots

Type de magasin : Pharmacie

Date de publication : Avril 2012

Ce nouveau produit est décrit comme étant légèrement enrobé d'huile de colza, de sucre et d'arôme de sirop d'érable et ne contenant pas de graisses hydrogénées, de colorant ou d'arôme artificiels, d'additifs et d'agents de conservation. Selon les allégations, ce produit convient à une alimentation végétarienne et il est amaigrissant. Il contient 92 calories.

Mini-pizzas aux poires et au sirop d'érable

Pays : France

Entreprise : La Pizza de Manosque

Marque : Les Sucrées de Manosque

Sous-catégorie : Gâteaux, pâtisseries et produits sucrés

Nom du magasin : Intermarché

Type de magasin : Supermarché

Date de publication : Janvier 2012

Ce nouveau produit est censé avoir été cuit sur un feu de bois et donc devrait être servi chaud, cinq à sept minutes seulement étant requises pour le réchauffer au four. Selon les allégations, ce produit est offert dans un emballage écologique et il est disponible aussi dans les variétés banane et chocolat.



Source pour tous les produits : Mintel, 2012.

▶ AUTRES PRODUITS À BASE D'ÉRABLE



D'autres lancements de produits à base d'érable, allant des articles plus traditionnels aux produits non conventionnels, mettent en évidence les utilisations variées et intéressantes de sirop d'érable que les producteurs développent, comme dans la boulangerie.

Exemples de nouveaux produits

D'autres produits à base d'érable introduits sur le marché européen de janvier 2011 à décembre 2012 sont décrits ci-dessous.



Sucre d'érable granulé

Pays : France

Entreprise : La Ferme Martinette

Marque : La Ferme Martinette

Sous-catégorie : Autres édulcorants naturels

Nom du magasin : BHV

Type de magasin : Grand magasin

Date de publication : Septembre 2012

Ce nouveau produit est décrit comme pouvant remplacer la cassonade et le sucre blanc dans une variété de plats, tels crêpes, fruits, céréales, desserts et yaourt.

Flocons de sirop d'érable biologique

Pays : Finlande

Entreprise : NaturataSpielberger

Marque : Naturata

Sous-catégorie : Autres édulcorants naturels

Nom du magasin : K-Citymarket

Type de magasin : Grande surface/hypermarché

Date de publication : Octobre 2011

Ce nouveau produit serait biologique. Il est décrit comme pouvant servir d'édulcorant et à la décoration. Il est fabriqué à partir de sirop d'érable séché à 100 % qui est transformé selon une méthode qui permet de conserver les substances nutritives du sirop.



Sucre à la crème avec sirop d'érable

Pays : France

Entreprise : Auchan

Marque : Auchan (marque maison)

Sous-catégorie : Caramels durs, caramels mous et nougat

Nom du magasin : Auchan

Type de magasin : Grande surface/hypermarché

Date de publication : Mai 2012

Cette nouvelle variété/ce nouvel élément de gamme contient des morceaux enveloppés individuellement. Une version sucre à la crème avec noix de Grenoble est également offerte.

Gelées de sirop d'érable pur

Pays : France

Entreprise : La Ferme Martinette

Marque : La Ferme Martinette

Sous-catégorie : Autres sucreries

Nom du magasin : BHV

Type de magasin : Grand magasin

Date de publication : Août 2012

Ce nouveau produit est décrit comme étant de haute qualité. Il est fabriqué à partir de sirop d'érable pur à 100 % produit par condensation de la sève d'érable à sucre au printemps.



Source pour tous les produits : Mintel, 2012.

▶ PRINCIPALES RESSOURCES



- Système canadien de commerce agroalimentaire (CATS). (2013). "Maple Sugar and Maple Syrup Trade".
- Euromonitor International. Passport GMID. (Novembre 2011). "Packaged Food 2011 (Part 1): Global Market Performance and Prospects". *Packaged Food*. p. 45.
- Euromonitor International. Passport GMID. (Novembre 2011). "Packaged Food 2011 (Part 2): "Product Category Performance Review". *Packaged Food*. p. 33.
- Euromonitor International. Passport GMID. (Décembre 2011). "Packaged Food 2011 (Part 3): Finding Success in a Challenging Operating Environment". *Packaged Food*. p. 57.
- Euromonitor International. Passport GMID. (2013). "Packaged Food: Market Sizes Western Europe and Eastern Europe".
- Global Trade Atlas. (2013). "Maple Sugar and Maple Syrup Trade".
- Gouvernement du Canada. Agriculture et Agroalimentaire Canada (AAC). (Juin 2010). "Agroalimentaire – Rapport sur le passé, le présent et l'avenir : Danemark". *Information sur les marchés*. Fiche extraite le 14 janvier 2013 de : <http://www.ats-sea.agr.gc.ca/eur/4287-fra.htm>.
- Gouvernement du Canada. Agriculture et Agroalimentaire Canada (AAC). (Septembre 2011). "Agroalimentaire – Rapport sur le passé, le présent et l'avenir : Allemagne". *Information sur les marchés*. Fiche extraite le 14 janvier 2013 de : <http://www.ats-sea.agr.gc.ca/eur/4186-fra.htm>.
- Gouvernement du Canada. Agriculture et Agroalimentaire Canada (AAC). (Janvier 2011). "Agroalimentaire – Rapport sur le passé, le présent et l'avenir : Pays-Bas". *Information sur les marchés*. Fiche extraite le 14 janvier 2013 de : <http://www.ats-sea.agr.gc.ca/eur/4187-fra.htm>.
- Gouvernement du Canada. Agriculture et Agroalimentaire Canada (AAC). (8 mai 2012). "Coup d'œil sur l'Allemagne". Fiche d'information extraite le 14 janvier 2013 de : <http://www.ats-sea.agr.gc.ca/stats/5175-fra.htm>.
- Gouvernement du Canada. Agriculture et Agroalimentaire Canada (AAC). (8 mai 2012). "Coup d'œil sur le Royaume Uni". Fiche d'information extraite le 14 janvier 2013 de : <http://www.ats-sea.agr.gc.ca/stats/5221-fra.htm>.
- Gouvernement du Canada. Affaires étrangères et Commerce international Canada (MAECI). (Février 2012). "Négociations de l'Accord économique et commercial global entre le Canada et l'Union européenne". Communiqué extrait le 14 janvier 2013 de : <http://www.international.gc.ca/trade-agreements-accords-commerciaux/agr-acc/eu-ue/initialEA-ceta-aecq-EEinitiale.aspx?lang=fra&view=d>.
- Gouvernement du Canada. Affaires étrangères et Commerce international Canada (MAECI). (13 novembre 2012). "Le ministre d'État Bernier souligne les avantages pour l'industrie acéricole emblématique du Québec d'un accord commercial entre le Canada et l'Union européenne". Communiqué extrait le 14 janvier 2013 de : http://www.international.gc.ca/media_commerce/comm/news-communiques/2012/11/13a.aspx?lang=fra&view=d.
- Mintel, Food & Drink. (Novembre 2012). "Category Insights: Sweeteners & Sugar." p. 30.
- Mintel, Food & Drink. (Décembre 2012). "Sugar and Gum Confectionery - UK." *Sugar and Gum Confectionery*. p. 211.
- Mintel, Food & Drink. (Août 2011). "Sweet and Savoury Spreads." *Sweet and Savoury Spreads*. p. 17.
- Mintel, Food & Drink. (Juillet 2011). "Sweet and Savoury Spreads - Europe." *Sweet and Savoury Spreads*. p. 71.
- Mintel, Food & Drink. (Mars 2012). "Sweet and Savoury Spreads - UK". *Sweet and Savoury Spreads*. p. 229.
- Mintel, Global New Products Database (GNPD). (2012). "Syrups, Maple Food and Drinks in Europe".
- Mintel, Food & Drink. (Juin 2010). "The sale of Tate & Lyle's sugar business brings uncertainty for Lyle's Golden Syrup." p. 5.

Le gouvernement du Canada a préparé le présent document en se fondant sur des sources d'information primaires et secondaires. Bien que tous les efforts nécessaires aient été déployés pour s'assurer de l'exactitude de l'information Agriculture et Agroalimentaire Canada n'assume aucune responsabilité liée aux conséquences possibles de décisions prises sur la base de ces renseignements.

Analyse de nouveaux produits et ingrédients de l'érable : Europe

© Sa Majesté la Reine du chef du Canada, représentée par le ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire (2013).

ISSN 1920-6623

No AAC. **12009F**

Références photographiques

Toutes les photographies reproduites dans la présente publication sont utilisées avec la permission des détenteurs des droits sur ces photographies.

À moins d'avis contraire, Sa Majesté la Reine du chef du Canada détient les droits d'auteur sur toutes les images.

Pour obtenir des exemplaires additionnels de cette publication, pour demander un exemplaire sur support de substitution, et pour toutes les autres demandes de renseignements concernant cette publication, veuillez communiquer :

Agriculture et Agroalimentaire Canada, la Division de l'analyse globale
1341, chemin Baseline, Tour 5, 4^e étage

Ottawa (Ontario)

Canada K1A 0C5

Courriel : infoservice@agr.gc.ca

Also available in English under the title:

Analysis of New Maple Products and Ingredients: Europe

Toute reproduction ou redistribution du présent document, en totalité ou en partie, doit énoncer clairement qu'Agriculture et Agroalimentaire Canada est le détenteur du droit d'auteur du document en respectant le modèle suivant : AAC – titre du rapport – année. Lorsque la reproduction ou la redistribution inclut des données du présent document, elle doit en indiquer les sources telles qu'elles sont inscrites dans le présent document.

Agriculture et Agroalimentaire Canada fournit le présent document ainsi que d'autres services de production de rapports gratuitement à ses clients des industries agricole et alimentaire.

Canada 