

Le petit-déjeuner est servi...

Des accompagnements... qui réveillent les papilles

CHOCOLATIVEMENT, SUCRATIVEMENT ET CARAMELLEMENT PARLANT, NOS PAPILLES ONT DE QUOI ÊTRE AU SEPTIÈME CIEL. SURTOUT LE MATIN.

par Denyse Perreault

Connaissez-vous le principe de l'alter-décadence? Potentiellement dangereuse pour certains tours de taille, elle est on ne peut plus excellente pour le moral, soit-il très matinal. Parce qu'il est souvent question de mondialisation et, bien sûr, d'alter mondialisation, la coopérative La Siembra, spécialisée dans le commerce équitable, a fabriqué le néologisme alter-décadence pour résumer l'essentiel de son travail de façon plus évocatrice. « Alter » pour signaler qu'il y a moyen d'aider les petits producteurs de cacao et de sucre et « décadence » pour rappeler que sa liste de produits a tout pour plaire aux papilles friandes de plaisirs chocolatés et sucrés, y compris aux aurores.

Le jury du concours des prix *Alive* ne s'y est d'ailleurs pas trompé, puisqu'il a, durant trois années consécutives, décerné un prix au chocolat équitable et biologique de marque Cacao Camino, distribué par La Siembra. En 2003, la Tablette de chocolat noir à 71 % de cacao a obtenu l'or, tandis que la Tablette de chocolat noir aux amandes récoltait l'argent l'année

suivante. En octobre 2005, nouvel honneur en or pour la Tablette de chocolat noir à 55 % de cacao, dans la catégorie « meilleur produit biologique ». Les Pépites de chocolat mi-sucré ont également remporté le bronze dans la catégorie meilleur nouveau produit. Ces prix sont commandés par *Alive Magazine*, un des principaux porte-parole canadiens du domaine de la santé au naturel, dont il contribue d'ailleurs à la promotion.

« Voilà qui prouve que, contrairement à ce que croient certaines personnes, le soutien à l'alter mondialisme n'est pas automatiquement synonyme de manque de qualité, commente Barry Ésau, premier chef du marketing à La Siembra. Nos produits biologiques et équitables sont faits à partir de cacao et de sucre provenant de coopératives de production situées en République Dominicaine, au Pérou, au Paraguay et au Costa Rica. Les consommateurs, tout comme les détaillants, doivent comprendre que le commerce équitable n'est pas non plus une pratique charitable et que nous ne subventionnons pas la médiocrité. Au contraire,



nous n'acceptons rien de moins que la plus haute qualité de nos producteurs, auxquels nous versons un prix équitable pour leurs produits, ce qui leur permet de mieux subvenir aux nombreux besoins de leur communauté. Les reconnaissances officielles comme celles que nous avons récoltées démontrent qu'ils sont bel et bien de grande qualité et que le principe du commerce équitable est de mieux en mieux compris.»

Si bien compris, d'ailleurs, que les nouveautés sont les bienvenues, y compris à l'heure du petit-déjeuner. Tout comme le sucre granulé de marque Cacao Camino, les pépites de chocolat lancées sur le marché en 2005 peuvent entrer dans les recettes de scones, brioches, crêpes ou muffins. Les préparations de chocolat chaud en poudre, au lait et noir, peuvent intéresser les gens qui ne sont pas amateurs de café. Barry Ésau suggère aux personnes dotées de papilles aventurières

au lait ou noir à la menthe. La Siembra distribue également du sucre, en différents formats.

À TABLE POUR UN MONDE PLUS JUSTE

Le chocolat et le sucre figurent également au menu équitable d'Oxfam Québec. Outre les barres de chocolat noir à 70 % de cacao, noir avec éclats de café et chocolat au lait, en formats de 50 g et 100 g, la marque Equita offre un mélange en poudre pour chocolat chaud, présenté dans des sacs de 250 g. Dario Iezzoni, directeur général de la filiale d'Oxfam Québec qui distribue la marque Equita, affirme qu'en se procurant du chocolat équitable, « les citoyens du Nord contribuent à l'élimination de l'esclavage dans les plantations de cacao, de même qu'à l'amélioration de l'environnement ». Ainsi, Equita achète le cacao de la coopérative Kuapa Kokoo, située au Ghana. Grâce au commerce équitable, on a pu construire un puits au cœur

« LES CONSOMMATEURS, TOUT COMME LES DÉTAILLANTS, DOIVENT COMPRENDRE QUE LE COMMERCE ÉQUITABLE N'EST PAS NON PLUS UNE PRATIQUE CHARITABLE ET QUE NOUS NE SUBVENTIONNONS PAS LA MÉDIOCRITÉ. »

d'ajouter une touche de cannelle, de clou de girofle ou même de piment de la Jamaïque à la préparation. Les irréductibles buveurs de café pourront, quant à eux, transformer leur breuvage préféré en y associant une demi-tasse de chocolat chaud ou, encore, en y laissant fondre carrément quelques carrés de chocolat noir,

des 174 villages membres. N'étant plus obligés de marcher trois heures par jour pour aller quérir de l'eau, les femmes peuvent consacrer davantage de temps à l'éducation des enfants et à l'entretien des plants de cacao.

Chocolat chaud et sucre font évidemment bon ménage. Disponible en formats

JUS BENNETT'S

LE NECTAR DE PRUNEAUX LE PLUS VENDU AU QUÉBEC

Bennett's - le choix naturel

BENNETT'S NECTAR DE PRUNEAUX
UN EXTRAIT ADOUCI DE PRUNEAUX SECS

UNE EXCELLENTE SOURCE DE VITAMINE C
UNE SOURCE DE FIBRES ALIMENTAIRES ET DE POLYPHÉNOLS
NON SUCRÉ • PUR • BIEN AGITÉ

Ligne complète de jus et de boissons fruitées pour ventes au détail et à l'exportation

www.fru-terra.com
fru-terra@qc.ca
514 337-8220



Tazo dans les restaurants Starbucks, précise Anny Kirouac, directrice nationale des ventes, produits de consommation, chez Starbucks Canada. Ils l'ont appréciée tant et si bien qu'ils nous ont demandé quand ils pourraient se la procurer en épicerie. Nous étions d'autant plus intéressés de satisfaire ce désir que les thés de spécialités connaissent une croissance continue depuis quelques années. Pour marchandiser plus facilement le thé, nous croyons qu'il est important de rassembler toute la panoplie de produits et de la diviser d'abord par segments de qualité, en associant les produits réguliers (un sachet coûte environ 10 cents), premium (de 11 à 17 cents le sachet) et, enfin, super premium, qui se vend 18 cents ou plus par sachet. On peut ensuite subdiviser à nouveau en plaçant côte à côte les thés noirs, verts, les tisanes et les boissons à base de thé. »

**DEPUIS QUELQUES ANNÉES,
LES BOISSONS DE THÉ,
OU THÉS LATTÉS, COMPTENT
PARMI LES ALIMENTS
QUI GAGNENT LE PLUS EN POPULARITÉ.**

Depuis quelques années, les boissons de thé, ou thés lattés, comptent parmi les aliments qui gagnent le plus en popularité. La marque Tazo propose cinq saveurs : Tazo Chai, régulier et décaféiné, Tazo biologique, vanille et enfin Tazo Matcha, confectionné à partir de thé vert. Comme les autres boissons du genre, les lattés Tazo sont vendus en contenants tétra-pak, en format de 946 mL. Pour renseigner détaillants et clients sur ces produits originaux, Starbucks fournit des brochures explicatives.

CAFÉINE AU MENU

D'année en année, les ventes de café de spécialité mousset de plus belle. Chez Van Houtte, on sait que les consommateurs apprécient de plus en plus le café latté, le cappuccino et le café express, que nous appelons couramment espresso. Ces dernières années, il y a eu hausse régulière dans les habitudes de consommation. En 2003, selon les données de l'Association canadienne du café, 21 % de la population disait avoir consommé un espresso, alors qu'on parle du quart pour 2005. Le cappuccino, en 2003, était consommé par 31 % des gens et par 32 % en 2005. La popularité des cafés lattés a doublé, avec 8 % de consommateurs il y a trois ans, contre 15 % l'an dernier.

« Les cafés de spécialité sont, la plupart du temps, préparés à base de café espresso, beaucoup plus corsé, résume Lyne Ménard, chef de produits chez Van Houtte. Les amateurs fréquentent souvent les bistrotiers et

aiment déguster des cafés différents. Les lattés, les cappuccinos ou les mokaccinos, servis avec une touche de chocolat, sont très en demande. Grâce à l'emploi de cafetières à café express, dont les prix sont plus abordables, les gens peuvent préparer des cafés fins à la maison. Déguster un espresso, c'est un peu comme si on goûtait la chaleur de l'âme européenne. »

Cette chaleur, Van Houtte la décline en plusieurs recettes, incluant celles qui sont associées à l'espresso. Parmi les mélanges concoctés par ce fabricant, on trouve Le Parisien, qui permet de préparer espresso court ou long et autres cappuccinos. Ce mélange de cafés français corsés offre une acidité équilibrée, un goût riche et onctueux, un corps intense et velouté. Mélange espresso classique et corsé velouté de style italien, Le Vénitien présente une touche d'acidité et une saveur douce. Van Houtte suggère de le combiner avec du lait pour obtenir un café latté ou un cappuccino. Les amateurs de cafés express de type américain apprécieront le mélange Le San Francisco, très corsé, légèrement épicé et peu acide, dont le goût de caramel persiste en bouche.

FRAÎCHEUR AVANT TOUT

En 2005, la technologie du « sceau de fraîcheur » a permis l'introduction d'emballages qui favorisent la préservation de la fraîcheur des cafés Maxwell House et Nabob de Kraft. Depuis le printemps dernier, les formats de 326 g et 1 kilo (en conserves) ont pu bénéficier des avantages de cette technologie. Il en sera de même pour le petit format de 311 g qui sera lancé en mars prochain. Il s'agit du Maxwell House Colombien, composé de grains à 100 % arabica. L'image de Nabob a pour sa part été rajeunie. « Ce café d'une très grande qualité gagne à être connu, précise Stéphane Mercier de Kraft. Il est offert en formats de 326 g et 350 g. »

Rajeunir l'image de la marque tout en offrant un outil pour mieux choisir son café, voilà la proposition de Café Napoléon. L'entreprise a récemment mis au point un Indice Napoléon, qui se décline avec des chiffres de 15 à 85 et se base sur trois critères de classification : l'origine des grains (importés d'une quarantaine de pays), le degré et la durée de la torréfaction, les recettes proprement dites. « Cet outil intéressant permet au commerçant de mieux cibler ce que les consommateurs désirent, mentionne Gérard Kelly, cofondateur de Café Napoléon. La clientèle pourra, elle aussi, choisir son mélange favori avec plus de précision. »

Cette entreprise familiale, qui travaille de façon artisanale, n'en possède pas moins un laboratoire de recherche qui lui permet d'élaborer ses recettes. Si l'introduction de l'Indice Napoléon se veut le fer de lance de son développement en 2006, il n'en demeure pas moins que l'image d'une marque à toute son importance. Cette dernière a donc été modernisée : Napoléon y tient toujours la vedette, avec une touche plus contemporaine. Nouvelles étiquettes à venir donc, y compris pour les cafés biologiques et équitables. « Nous avons été parmi les premiers, au Québec, à proposer de tels cafés, tient à préciser Gérard Kelly. Cette année, nous les relancerons avec une visibilité accrue. » À noter que ces cafés sont certifiés par TransFair Canada et par Québec Vrai.

PIONNIER ÉQUITABLE

Oxfam Québec a été l'un des premiers organismes à importer du café équitable chez nous. Au départ, le circuit de distribution s'est plutôt développé hors des sentiers battus de la distribution de détail. Cela favorisait néanmoins le développement de ce marché. « Nous avons beaucoup travaillé dans les écoles et nous continuons à le faire, explique Dario Iezzoni, directeur général de la filiale d'Oxfam consacrée aux produits équitables, sous le nom de marque Equita. Nous faisons ainsi d'une pierre deux coups : nous vendons les produits, ce qui permet de venir en aide aux petits producteurs du Sud et nous contribuons à la conscientisation des jeunes. Lorsqu'ils doivent financer des activités scolaires, ils peuvent vendre des produits équitables, ce qui contribue à faire avancer la cause. Cela finira sans doute par faire bouler de neige. » Oxfam Québec a d'ailleurs, en collaboration avec d'autres organismes dont Équiterre, développé des cahiers d'activités pédagogiques très élaborés pour le primaire et le secondaire concernant l'art de la consommation agréable et responsable...

**OXFAM QUÉBEC A ÉTÉ L'UN DES PREMIERS
ORGANISMES À IMPORTER
DU CAFÉ ÉQUITABLE CHEZ NOUS. AU DÉPART,
LE CIRCUIT DE DISTRIBUTION
S'EST PLUTÔT DÉVELOPPÉ HORS
DES SENTIERS BATTUS
DE LA DISTRIBUTION DE DÉTAIL.**

Les cafés Equita proposent huit produits. Pour le moment, seuls le Mélange Maison et l'Espresso sont certifiés biologiques. En effet, les produits équitables vendus par Equita ne le sont pas tous. Par choix. Dario Iezzoni rappelle que seuls 100 000 producteurs équitables sur environ 800 000 détiennent cette certification biologique qui est financièrement à leur charge. « Par contre, la certification équitable ne leur coûte rien, tient-il à préciser. C'est un bon commencement pour les aider à sortir de la pauvreté. Même s'ils ne détiennent pas de certification bio, les producteurs équitables doivent agir de la façon la plus écologique possible. D'ailleurs, plusieurs sont en transition pour obtenir cette certification, ce qui demande au bas mot trois ans. »

Importés d'Inde et du Sri Lanka, les thés de marque Equita sont déjà certifiés biologiques. Commercialisés en boîtes de 20 sachets individuels, ils proposent trois variétés : vert, Orange Pekoe et Earl Grey. « Avec les surplus du commerce équitable, les 350 familles membres de la coopérative Small Organic Farmer's Association du Sri Lanka ont pu mettre différents programmes en place, ajoute Dario Iezzoni. Je pense aux bourses d'études pour les enfants, au micro crédit pour les femmes, au fait que tous les travailleurs apprennent à lire et à écrire. Tous les importateurs équitables ont des histoires semblables à raconter. Et ils en auront encore plus à mesure que ce commerce prendra de l'expansion. »

Pour de petits-déjeuners ensoleillés, il faut savoir, en bref, oser la variété! *zj*