

ESPACE

MISE EN MARCHÉ

À L'INTENTION DES ÉPICIERS, GÉRANTS ET SPÉCIALISTES

HYDROMELS ET ALCOOOLS DE MIEL

DE LA *ruche*
AUX TABLETTES

APHAMQ

HYDROMELS ET ALCOOLS DE MIEL

Des bijoux modernes

de notre terroir

Crédit : photo - Adobe Stock

Chers détaillants,

Nos produits sont assez discrets dans vos rayons, et certains d'entre vous ne voient pas encore le potentiel commercial qu'ils représentent. Pourtant, si vous vous rendez dans de nombreux pays à travers le monde ou ne serait-ce que chez nos voisins du Sud, vous constaterez qu'ils sont partout. Leurs ventes augmentent même de 10 % chaque année.

Au Québec, le potentiel de croissance de notre catégorie est tout simplement énorme. En effet, en plus des tendances observées à l'international, on constate que seulement 25% des clients québécois ont goûté à l'un ou l'autre de nos produits et que ceux qui l'ont fait reconnaissent leur qualité. De plus, suite à l'étude de marché que nous avons fait réaliser par Léger Marketing, nous constatons que la tranche d'âge la plus attirée par notre catégorie est les 18-34 ans. Cela détonne par rapport au portrait plus vieillot que certains ont pu se faire de nos produits à une époque.

À titre de président de l'Association des producteurs d'hydromels et d'alcools de miel du Québec (APHAMQ), je peux vous assurer que nous sommes à des années lumière de la seule représentation médiévale de l'hydromel qui campait la consommation de ce produit dans un seul univers. L'ambrosie de l'époque consommée par les vikings et les chevaliers a maintenant

ouvert ses horizons et est devenue une industrie locale moderne, innovante et diversifiée qui réalise des boissons alcooliques aussi variées que les goûts et les habitudes de consommation de vos clients.

Il est aussi faux de croire que les hydromels et les alcools de miel sont automatiquement des boissons très sucrées, ou bien réservées à des occasions spéciales. Tout comme il est dommage de déclarer qu'on n'aime pas ces produits en les ayant goûtés une seule fois. À mon sens, c'est un peu comme dire qu'on n'aime pas la bière ou le vin, alors qu'on n'a goûté qu'à une seule bouteille!

À travers ce guide, ainsi que plusieurs opérations d'ampleur à travers le Québec - Semaine des hydromels du 19 au 28 mai 2023, festivals, marchés et événements gourmands -, nous comptons bien, mes collègues de l'Association et moi-même, démystifier ces produits, démocratiser leur consommation et, bien sûr, contribuer à l'augmentation de leurs ventes dans vos magasins et boutiques.

Alors soyez nos partenaires dans cette vaste opération de séduction!

René Bougie
Président, Association des producteurs d'hydromels et d'alcools de miel du Québec (APHAMQ)

Démystifiez

LES HYDROMELS ET ALCOOLS DE MIEL

Crédit photo : Miellerie King

auprès de vos clients

Dès que l'on en sait un peu plus sur les hydromels et les boissons alcooliques à base de miel du Québec, on les adopte immédiatement! Alors voici quelques éléments simples qui peuvent être communiqués aux consommateurs.

Une offre créative et 100 % locale

L'offre d'aujourd'hui a énormément évolué, tant en diversité qu'en qualité, si bien qu'elle mérite d'être découverte sous toutes ses formes!

HYDROMELS

Secs
Demi-secs
Doux
Liquoreux
Pétillants ou non
Aromatisés ou non

AUTRES ALCOOLS DE MIEL*

Rhum alternatif
Gin
Brandy
Eau-de-vie
Mistelle
Crèmes alcoolisées
Cocktails
Liqueurs

Il est donc faux de penser que les hydromels et alcools de miel goûtent tous sensiblement la même chose et qu'ils sont nécessairement sucrés. Comme pour toute boisson alcoolisée, le sucre du miel sert à la fermentation, et ce qu'il en reste après est très variable d'un produit à l'autre.

* Les alcools de miel ne sont pas disponibles pour les épiceries.

4 | ESPACE





Comment produit-on de l'hydromel ?

L'hydromel contient trois éléments de base : du miel, de l'eau et des levures. Mais selon les miels, la quantité d'eau, les souches de levures, les mariages avec d'autres ingrédients et les méthodes de cuisson, de fermentation, de carbonation (ajout de gaz) et de vieillissement varient. **Chaque hydromel a un goût spécifique à son terroir... et chaque apiculteur-transformateur a un savoir-faire qui le distingue des autres!**

1

Récolte du miel

Il en existe une multitude de variétés, selon le terroir et la saison, que les apiculteurs traitent séparément.

2

Assemblage

Les artisans assemblent miel, eau et levures en prenant soin de bien doser chaque élément pour que se développent les caractéristiques organoleptiques souhaitées dans chaque hydromel.

3

Fermentation

La fermentation primaire, qui dure de 2 à 5 semaines, est l'étape au cours de laquelle le sucre du miel est transformé par les levures en alcool et en gaz carbonique. On peut aussi à cette étape greffer d'autres ingrédients, comme des herbes, des épices ou des fruits. Certains hydromels vont subir une deuxième fermentation pour développer encore plus d'arômes.

4

Filtration et transformation

Selon les hydromels désirés, les artisans vont filtrer ou non l'hydromel pour le stabiliser, ou bien le gazéifier, le fortifier ou au contraire le désalcooliser. La créativité n'a pas de limite!





Credit photo : Adobe Stock

FAITES BRILLER la diversité de votre terroir

Vos clients aiment avoir du choix, raffolent des nouveautés et ont soif d'authenticité ? C'est exactement ce que les hydromels et les alcools de miel leur proposent !

Un univers de saveurs

La réglementation québécoise vous permet d'offrir tous les hydromels, sauf les produits fortifiés et les spiritueux. Qu'à cela ne tienne, il y a de quoi s'amuser avec l'offre disponible!

De manière pratique, voici comment vous pouvez les classifier :

SELON LE NIVEAU DE SUCRE RÉSIDUEL

Il existe des hydromels et des alcools à base de miel secs (avec 4g de sucre par litre seulement), demi-secs, doux et liquoreux. Bref, chacun de vos consommateurs, quels que soient ses goûts, trouvera le produit qui lui convient.

SELON LE DEGRÉ D'ALCOOL

On peut trouver des hydromels à 3 % d'alcool seulement, et d'autres qui avoisinent les 20 % d'alcool. Votre clientèle attirée par des boissons peu alcoolisées pourra donc y trouver son compte, tout comme celle qui est moins attentive à ce genre de critères.

SELON L'EFFERVESCENCE

Certains hydromels et alcools de miel sont tranquilles (sans bulles). D'autres sont pétillants, et leur effervescence peut être apportée par carbonation, ce qui aboutit à des bulles franches, ou bien par méthode traditionnelle (seconde fermentation en bouteille avec du sucre et des levures), qui donne des bulles plus fines en général. Là encore, quelle que soit l'occasion, il y a un hydromel parfait pour vos consommateurs.



SELON L'AROMATISATION

Les boissons alcooliques à base de miel sont tout sauf ennuyeuses! Selon l'imagination des apiculteurs-artisans qui les produisent, leur contenu peut se marier à des fruits frais ou secs comme des framboises, des bleuets, des cassis et des raisins. On peut aussi y ajouter des jus (oranges, canneberges, limes, etc.), des herbes, des fleurs, des épices et même du houblon.

SELON LA MÉTHODE

Méthode ancienne, champenoise, fermentation en cuves ou en barriques, maltage... Les techniques employées pour transformer des hydromels et alcools de miel sont multiples. De quoi faire de nombreuses découvertes à chaque dégustation!

SELON LE FORMAT

Bouteilles de 500 ou de 750 ml, canettes, contenants conçus pour être offerts en cadeau ou plus simples pour les jours de semaine : les boissons alcooliques à base de miel se présentent dans plusieurs formats, pour répondre à tous les besoins et attentes.

Goûter nos régions

Comme le dit l'apiculteur-transformateur René Bougie : « Selon la place où l'on est au Québec, ainsi que la saison, le miel goûte différemment. Quand on le transforme en alcool, toutes ces subtilités sont encore présentes. »

Ainsi, un produit élaboré au Centre-du-Québec n'aura pas du tout le même profil aromatique qu'un autre provenant des Laurentides ou des Îles-de-la-Madeleine. Quand vous proposez une bouteille ou une canette d'hydromel en magasin, c'est donc un morceau d'une région québécoise que vous représentez. Une raison supplémentaire de mettre ces produits de niche en avant!





Crédit photo : Miellerie King

De l'abeille au verre

Les 25 artisans qui possèdent un permis de production d'hydromel au Québec sont les seuls en Amérique du Nord à être régis par un cadre réglementaire très strict, voulant que tous leurs produits soient réalisés avec la récolte de leurs propres miels, sous forme de petits lots artisanaux.

Ainsi, tout le miel utilisé pour les produire vient de la même propriété, et non de l'extérieur ni sous forme d'arômes ajoutés. Cela veut aussi dire que ce même miel provient d'abeilles qui butinent dans un périmètre de 3 à 5 km autour de leur ruche. Plus local que ça, impossible!

Qui plus est, les apiculteurs sont les premiers défenseurs de notre environnement, car en plus d'être naturelle, leur production de miel est assurée par les abeilles, que l'on considère comme les meilleurs pollinisateurs sur Terre et qu'il faut impérativement protéger.

À l'heure où 41 % des Québécois disent que l'aspect local est un facteur de choix important lorsqu'ils achètent des boissons alcoolisées (sondage Léger, 2022), et que beaucoup d'entre eux sont aussi sensibles aux pratiques durables, pourquoi ne pas choisir les hydromels et alcools de miel du Québec pour afficher votre intérêt pour ces valeurs et augmenter vos ventes?



Crédit photo : Miellerie King

SAVOUREZ LE SUCCÈS

AVEC LES BOISSONS ALCOOLIQUES DE MIEL DU QUÉBEC!

Les apiculteurs-transformateurs du Québec sont fins prêts à faire rayonner leurs boissons alcooliques sur vos tablettes. Voici comment vous pouvez les épauler et, ce faisant, accroître vos ventes et votre valeur auprès de vos consommateurs.

Pour une mise en marché percutante et efficace

1

Miser sur la diversité

Comme il existe plusieurs types d'hydromels, il peut être payant de miser sur une offre diversifiée, tant pour attirer l'attention des consommateurs que pour stimuler l'essai et les achats multiples.

2

Faciliter le repérage des produits

Regroupez les produits selon l'une et/ou l'autre des classifications proposées précédemment (selon le niveau de sucre résiduel, le degré d'alcool, l'effervescence, etc.) et ajoutez de l'affichage en magasin pour permettre à vos consommateurs de bien comprendre et d'apprécier votre offre de produits tout en étant dirigés par une signalisation claire.

Bon à savoir

Les
18-34
ans

sont les plus intéressés par les boissons alcooliques à base de miel en général, et en particulier par les hydromels doux et ceux aux fruits.

Les
35-54
ans

sont les plus grands consommateurs actuels et ils ont un intérêt particulier pour les hydromels pétillants ou secs.

Credit photo - Adobe Stock

Pour une mise en marché percutante et efficace (suite)

3 Multiplier leur visibilité

Les acheteurs d'hydromels apprécient ces produits à la fois pour faire changement, pour se faire plaisir et pour les offrir en cadeau.

Voici quelques idées afin d'en profiter dans votre magasin :

- mettre des produits sans alcool dans le département des fruits et légumes;
- proposer des coffrets cadeaux et des produits spéciaux avec les fleurs et les cartes de souhaits;
- disposer les meilleurs vendeurs ou les nouveautés au bout d'une allée ou dans un présentoir mobile bien en vue;
- offrir des boîtes découvertes avec un choix varié de produits selon le moment de l'année.

4 Faire goûter les produits et jouer la carte régionale

Invitez les apiculteurs-transformateurs de votre région à présenter leur gamme à vos consommateurs en magasin! Comme pour tout nouveau produit, une dégustation aide à bien faire connaître les produits et à stimuler les ventes. Dans le cas des hydromels et alcools de miel, plus de 70 % des Québécois n'y ont jamais goûté, alors cette stratégie est essentielle.



Crédit photo : Adobe Stock

PROMOUVOIR LES PRODUITS

dans votre magasin et au-delà

- **Trouver vos meilleurs ambassadeurs pour faire découvrir les produits**

Si vous avez un commerce où le service personnalisé est clé, votre équipe compte sans doute des employés capables de démystifier ces produits auprès de votre clientèle. Et n'hésitez pas à demander aux producteurs de venir rencontrer vos équipes!

- **Se servir de canaux de communication multiples**

Assurez-vous de diffuser l'information sur les produits et vos initiatives promotionnelles dans une diversité de canaux de communication. Les outils numériques (site web, réseaux sociaux, infolettre, codes QR, etc.) sont particulièrement suivis par la clientèle plus jeune.

- **Mettre les produits en contexte**

Des suggestions d'accords mets et hydromels, ou bien des recettes sont aussi de bons moyens pour attirer l'attention. Les producteurs peuvent vous fournir de l'information à ce sujet. Ici aussi, servez-vous d'outils technologiques comme des codes QR pour relayer efficacement l'information.

- **Profiter des saisons**

Les boissons alcooliques à base de miel s'associent très bien à des promotions saisonnières : liquoreux pour les fêtes, produits faibles en alcool lors du Défi 28 jours sans alcool, produits aux petits fruits en saison estivale... Profitez aussi de la Journée mondiale des abeilles (20 mai), de la Semaine des hydromels (19 au 28 mai) et de tous les événements du coin auxquels participent les producteurs d'hydromels et d'alcools de miel du Québec pour mettre ces produits en vedette dans votre magasin.

Pour plus d'idées et d'informations, surveillez le lancement de notre nouveau site Internet hydromelsduquebec.com

Éditeur

Robert Dion
rdion@detaillantalimentaire.com

Rédaction

Sophie Ginoux
sginoux@detaillantalimentaire.com

Experts

Isabelle Marquis
Jean-Claude Dufour
Vincent Lambert

Conception graphique

Marie-Claude Parent

Impression

Solisco

Droits et responsabilités

Toute traduction, reproduction ou adaptation des textes, des illustrations et des photos par quelque procédé que ce soit est interdite sans la permission de *Détaillant Alimentaire*.

Imprimé au Canada

Envoi de publications canadiennes, convention de vente de produits n°43730553
Dépôt légal ISSN : 1206-4491

Bibliothèque nationale du Canada, Ottawa
Bibliothèque nationale du Québec, Montréal

Collaboration de :



Québec

Le programme de développement des marchés bioalimentaires a été financé par le ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation.



Quand un logo fait toute la différence!

Meilleure est l'identification des produits locaux, plus grandes sont les probabilités qu'ils se retrouvent dans le panier des consommateurs.

78% des Québécois

affirment vouloir faire plus d'efforts pour choisir des produits locaux*.

72% des Québécois

estiment que les certifications et logos sont le meilleur moyen pour les aider à identifier les produits d'ici**



N'ATTENDEZ PLUS, CONTACTEZ NOTRE ÉQUIPE!

marchandisage@alimentsduquebec.com

*Source: Léger - Janvier 2021 • **Source: L'étude bleue - Léger (2020)