



## FLEURY-MICHON CHANGEMENT DE RECETTE

Améliorer la valeur nutritive de son «produit le plus vendu» ? C'est le défi auquel s'est attaqué Fleury Michon Amérique en revoyant la recette de son poulet général Tao. Résultat : un repas prêt-à-manger moins sucré et moins gras que le produit original, et qui continue de plaire aux consommateurs.

### L'INSPIRATION

«Nous travaillons en continu pour améliorer la valeur nutritive de nos recettes», indique d'emblée M<sup>me</sup> Élise Desforges, gestionnaire de comptes et marketing. En effet, **Fleury Michon** a toujours voulu se positionner à l'avant-garde quant à la qualité de ses produits prêts-à-manger. L'entreprise, qui se spécialise notamment dans la préparation de repas servis en avion, mais aussi dans les plats cuisinés, se fait un point d'honneur de respecter une charte nutritionnelle élaborée par des nutritionnistes. Ses recettes ne contiennent donc pas de colorant ou de saveur artificiels, de glutamate monosodique ou d'agent de conservation.

Ainsi, même quand une recette fonctionne bien, **Fleury Michon** a toujours à cœur d'améliorer la composition de sa gamme de produits prêts-à-manger. Une façon de répondre aux demandes des consommateurs, sensibles à ces questions, tout en conservant son avance sur la concurrence. «Chaque année, nous procédons à l'évaluation de l'optimisation de nos différentes recettes», précise la gestionnaire.

Et le poulet général Tao, «produit le plus vendu» de **Fleury Michon**, ne fait pas exception à la règle. La formule améliorée de ce produit disponible chez Costco a été élaborée en 2018 et est actuellement revue par l'équipe de recherche et de développement, qui compte une quinzaine de personnes.

### LA RECETTE

«À la base, le poulet général Tao, c'est sucré et épicé. C'est donc certain que nous ne pouvions pas éliminer complètement le sucre dans la recette», note M<sup>me</sup> Desforges. «Sans entrer dans les secrets de fabrication, nous avons dû trouver l'équilibre dans les ingrédients pour maintenir le côté «punché» du plat, tout en améliorant ses valeurs nutritives. Nous avons procédé à plusieurs tests pour en arriver au bon mélange d'épices et d'ingrédients qui nous permettait de conserver la saveur du produit. Il est difficile de mesurer le nombre précis d'essais que cela demande, le processus d'amélioration de la qualité nutritive peut s'échelonner sur plusieurs mois et requiert l'appui d'une équipe en recherche et développement spécialisée», précise-t-elle.

De plus, il faut agir lentement et progressivement pour ne pas déplaire aux papilles des consommateurs, habitués au goût du poulet général Tao. «On ne pourrait pas, par exemple, diminuer de 10 % la teneur en sodium, car ce serait une tout autre recette», argumente la gestionnaire. Ainsi, la version améliorée compte 5 grammes de moins de sucre par portion que l'originale. Une partie du gras a aussi été retranchée, soit l'équivalent de 2 grammes par portion de 300 grammes. «De petits changements qui sont bien passés chez les consommateurs», assure M<sup>me</sup> Desforges, alors que les ventes sont toujours en croissance au Québec. «Et nous sommes actuellement en train d'optimiser à nouveau ce produit.»

«À la base, le poulet général Tao, c'est sucré et épicé. C'est donc certain que nous ne pouvions pas éliminer complètement le sucre dans la recette», note M<sup>me</sup> Desforges. «Sans entrer dans les secrets de fabrication, nous avons dû trouver l'équilibre dans les ingrédients pour maintenir le côté «punché» du plat, tout en améliorant ses valeurs nutritives.»

De plus, il faut agir lentement et progressivement pour ne pas déplaire aux papilles des consommateurs, habitués au goût du poulet général Tao.

## LES DÉFIS

Si certains des plats cuisinés dans l'usine de **Fleury Michon** Amérique sont congelés, plusieurs d'entre eux sont plutôt pasteurisés. C'est le cas des barquettes de poulet général Tao, qui sont vendues au rayon des produits frais. «Un procédé qui rend tout changement de recette plus complexe», explique la gestionnaire. En effet, la moindre variation de la formulation peut affecter la conservation du produit, qui est de 49 jours. «On ne sait jamais comment la diminution ou la substitution de certains ingrédients peut réagir dans le produit fini. Chaque fois qu'on change une recette, il faut refaire un test de durée de vie. On vérifie tous les jours ou tous les deux jours si la texture est différente, si c'est encore bon ou si le produit se conserve moins longtemps», explique M<sup>me</sup> Desforges.

Ce processus d'amélioration continue amène aussi son lot de défis, alors que la recherche d'ingrédients peut s'avérer complexe. En effet, l'entreprise a adopté les principes du «*clean label*», c'est-à-dire qu'elle développe ses recettes avec des aliments naturels seulement. «Réussir à s'approvisionner avec des produits qui répondent à nos normes, sans faire gonfler la facture, est parfois compliqué. Mais, quand on n'arrive pas à trouver une recette qui respecte nos principes, on la laisse tomber. Même chose si cela fait augmenter les coûts. Cela ne passe pas», indique la gestionnaire.

(...) la version améliorée compte 5 grammes de moins de sucre par portion que l'originale. Une partie du gras a aussi été retranchée, soit l'équivalent de 2 grammes par portion de 300 grammes. «De petits changements qui sont bien passés chez les consommateurs».

## L'AVENIR

Alors que l'entreprise enregistrait 80 % de son chiffre d'affaires avec sa gamme de repas vendus dans les avions, la COVID-19 a fortement ébranlé ce marché. «**Fleury Michon** Amérique multiplie donc ses projets pour assurer une certaine diversification de ses activités», précise M<sup>me</sup> Desforges. «Nous sommes en train de travailler sur plusieurs produits qui seront commercialisés sous la marque **Fleury Michon**, donc qui répondent à notre charte nutritionnelle», soutient-elle. Impossible d'en savoir plus le moment, si ce n'est que l'équipe poursuit en parallèle l'optimisation de ses recettes. «Le fait d'instaurer un processus d'amélioration continue nous permet de nous garder alertes. Chaque département a sa responsabilité et peut influencer les autres s'il a une bonne idée. Ce n'est donc pas nécessaire de faire une grande réunion tous les trois mois», conclut-elle. Une culture d'entreprise à développer pour innover!

(...) l'entreprise a adopté les principes du «*clean label*», c'est-à-dire qu'elle développe ses recettes avec des aliments naturels seulement.

## PROFIL DE L'ENTREPRISE

**Fleury Michon** est une entreprise d'origine française fondée dans le département de La Vendée. En 2006, ce transformateur alimentaire européen s'est doté d'une antenne en Amérique du Nord, en mettant la main sur la compagnie Delta Dailyfood, située à Rigaud. Encore aujourd'hui, il s'agit de la seule usine de **Fleury Michon** en Amérique du Nord.

Avec la crise de la COVID-19, **Fleury Michon** Amérique n'a pas eu d'autres choix que de se repositionner sur le marché puisque l'essentiel de ses produits était destiné aux avions. Ainsi, l'équipe canadienne s'est lancée dans la vente de mets préparés en lançant une boutique en ligne, en plus de tenter de diversifier l'offre alimentaire et le territoire de vente de l'entreprise. L'usine commercialise également des plats prêts-à-manger sous son propre nom ou sous d'autres marques, comme *Buon Appetito*. L'entreprise agit aussi comme sous-traitant alimentaire auprès d'autres clients.

Aujourd'hui, le Groupe **Fleury Michon** compte plus de 4700 employés à travers le monde, dont 350 travaillaient à l'usine de Rigaud avant la pandémie.