



..... **Mc**

**LE CARNET DE
SAVEURS**

.....

2 0 2 6

DOSSIER DE PRESSE

McCormick Foodservice
Carnet de Saveurs™ 2026

Quand l'intuition du goût devient une stratégie culinaire



Les chiffres clés

McCormick Foodservice

Leader mondial des saveurs au service de la restauration hors foyer.
4 marques emblématiques : **Ducros, Vahiné, Cholula, Thai Kitchen.**

Depuis 25 ans, le Carnet de Saveurs™ est un outil de référence pour décrypter les évolutions du goût et accompagner les professionnels de la RHF.

Une expertise internationale



+50

experts
mobilisés



15

régions du monde
analysées



9

food safaris
internationaux



+100

recettes
testées



+200

signaux
analysés

Trois tendances structurantes en 2026

1. Le raffinement à portée de main

Des expériences plus sophistiquées, intégrées au quotidien.

2. Du simple au sublime

Une cuisine essentielle, authentique et maîtrisée.

3. Les sauces venues d'ailleurs

L'exploration des cuisines du monde comme levier de différenciation.

Saveur de l'année 2026 : le cassis

Une saveur intense, fruitée et polyvalente, en forte progression :

+23,3 % de croissance annuelle depuis 2024

3,63 milliards \$ de marché d'ici 2031

À retenir :

Des attentes consommateurs en mutation autour de 3 axes :

plaisir – simplicité – ouverture culturelle

Le goût devient un levier stratégique pour innover et se différencier.



McCormick Foodservice France : Leader mondial des saveurs au service des professionnels de la Restauration Hors Foyer

La **restauration se réinvente en permanence**, la maîtrise du goût ne relève plus uniquement de la création culinaire : elle devient **un véritable enjeu stratégique**. Entre attentes consommateurs en évolution, contraintes opérationnelles et besoin de différenciation, les professionnels doivent concilier **créativité, efficacité et pertinence**.

Acteur de référence au service des professionnels de la restauration et de l'agroalimentaire, **McCormick Foodservice développe des solutions pensées pour répondre aux réalités du terrain**. Son ambition est claire : accompagner ses partenaires dans la création d'expériences gustatives performantes, différenciantes et facilement reproductibles.

À travers ses marques emblématiques telles que **Ducros, Vahiné, Cholula et Thai Kitchen**, le groupe met à disposition une palette complète d'ingrédients et de solutions culinaires, alliant **qualité, constance et praticité**.

Au-delà des produits, McCormick Foodservice se distingue par une approche fondée sur la compréhension des mutations du marché et leur traduction en leviers opérationnels.

Comme le souligne **Mélanie Jean**, Senior brand manager Foodservice pour McCormick Foodservice France : « *Notre rôle ne se limite pas à proposer des solutions basées uniquement sur des produits. Nous accompagnons nos clients dans la compréhension des évolutions du goût et des attentes consommateurs, afin de leur permettre de construire des offres pertinentes, durables et différenciantes.* »

Cette approche repose sur **la complémentarité entre expertise culinaire et analyse marché**.

Le Chef Hugues Marrec, Chef Culinaire pour McCormick Foodservice France, joue un rôle clé dans **la traduction des tendances en solutions concrètes**, adaptées aux contraintes des cuisines professionnelles : « *Une tendance n'a de valeur que si elle peut être mise en œuvre en cuisine. Notre rôle est de la rendre accessible, en conciliant créativité, faisabilité et performance gustative.* »

Enfin, le groupe s'appuie sur une **lecture fine du marché** : recherche accrue de plaisir, montée des exigences en matière de naturalité et de responsabilité, et évolution rapide des usages (snacking premium, hybridation des cuisines, influence des réseaux sociaux).

Ces insights permettent d'accompagner les professionnels dans l'adaptation de leur offre et le développement de concepts à la fois cohérents et innovants.

Carnet de Saveurs™ 2026

Comprendre aujourd'hui les saveurs de demain

Depuis plus de 25 ans, le Carnet de Saveurs™ s'impose comme **un outil de référence** pour décrypter **les évolutions du goût** et accompagner les professionnels dans **leurs stratégies d'innovation**. Bien plus qu'un simple recueil d'inspirations, il constitue **une véritable grille de lecture** des transformations qui traversent le secteur de la restauration à l'échelle mondiale.

Chaque édition repose sur une conviction forte : **les tendances culinaires ne naissent pas par hasard**. Elles sont le reflet de **mutations profondes** – sociétales, culturelles, économiques – qui influencent durablement les comportements alimentaires.

Le Carnet de Saveurs™ 2026 s'inscrit dans cette approche analytique et prospective, en proposant une lecture structurée des signaux émergents et de leur impact concret sur les usages.



Vers une nouvelle lecture du goût : entre exigence, émotion et transformation

À travers le Carnet de Saveurs™ 2026, McCormick Foodservice met en lumière une **évolution structurante** du rapport à l'alimentation.

Les attentes des consommateurs gagnent en complexité : **le plaisir reste central**, mais s'enrichit d'une recherche **de sens, d'authenticité et d'ouverture au monde**. Le **goût** dépasse ainsi sa dimension sensorielle pour devenir un **véritable levier d'expérience et d'expression**.

Les trois tendances identifiées — **le raffinement à portée de main, le simple sublimé et l'exploration des sauces du monde** — illustrent cette nouvelle réalité : un consommateur à la fois exigeant et curieux, capable d'alterner entre sophistication et simplicité, entre ancrage local et inspirations globales.

Dans ce paysage en mutation, **la saveur de l'année, le cassis**, s'impose comme un marqueur fort. Par son intensité aromatique et sa polyvalence, il incarne à lui seul cette capacité à créer **des expériences à la fois accessibles, créatives et différenciantes**.

Pour les professionnels du foodservice, l'enjeu est désormais clair : **transformer ces évolutions en propositions concrètes, lisibles et performantes**.

Comme le souligne **Mélanie Jean**, Senior brand manager Foodservice pour McCormick Foodservice France : « *Le goût est aujourd'hui un langage universel, mais aussi un outil stratégique. Notre mission est d'aider les professionnels à s'en saisir pour créer des expériences qui font sens, qui marquent et qui fidélisent.* »

Le **Chef Hugues Marrec** complète par sa vision R&D : « *Une tendance n'a d'impact que si elle peut être mise en œuvre en cuisine. L'enjeu est de transformer ces inspirations en solutions concrètes, accessibles et performantes pour les équipes.* »

Le Carnet de Saveurs™ 2026 propose ainsi **une lecture claire et opérationnelle des dynamiques à l'œuvre**, offrant aux professionnels une véritable **feuille de route** pour innover avec justesse.





Le raffinement à portée de main

Le plaisir accessible au cœur d'une cuisine plus raffinée

Dans un monde marqué par l'incertitude, les consommateurs cherchent à s'accorder **des moments de plaisir accessibles**. 88 % des consommateurs estiment que **le plaisir est un critère prioritaire**¹, et 59 % des convives vont au restaurant pour se faire plaisir².

Les consommateurs, notamment les plus jeunes générations, se tournent vers des saveurs plus audacieuses. L'intérêt de la Gen Z pour les bières fruitées illustre cette évolution, avec une progression de **+250 % des recherches et mentions liées aux saveurs fruitées en boisson**³. Ils recherchent des expériences plus riches, capables de stimuler les sens et de transformer un repas en véritable moment d'évasion.

Dans le même temps, les saveurs amères connaissent un regain spectaculaire, avec une progression de **+436,6 % pour l'orange amère**⁴ par rapport à 2024.

Par ailleurs, les sauces et assaisonnements concentrés gagnent fortement en popularité, enregistrant une **hausse mondiale de +24 %**⁵, confirmant la recherche d'intensité et de complexité en bouche.

Enfin, une dimension multisensorielle s'impose : **72 % des consommateurs recherchent des expériences qui sollicitent plusieurs sens** lorsqu'ils découvrent une nouvelle saveur⁶.

Cette montée en sophistication se reflète également dans les produits et ingrédients consommés et recherchés :

- Le **chaï** (*thé épicé d'origine indienne*) représente désormais un marché estimé à 9,75 milliards de dollars d'ici 2031⁷
- Le **Campari** enregistre une hausse de ventes nettes de +5,2% en 2024⁸
- La **cardamome noire** s'inscrit dans une dynamique de croissance avec un marché estimé à 288,6 millions de dollars d'ici 2032⁹

Le Chef Hugues Marrec a incarné cette tendance en **trois recettes** gourmandes, plus riches en saveurs mais accessibles :

- Les **aiguillettes croustillantes de poulet** farcies aux crevettes revisitent un classique en y intégrant une dimension à la fois gourmande et épicée, portée par le **mélange Cajun Ducros**.
- Les **arancini de lentilles à la sicilienne**, accompagnés d'une sauce parmesan safranée au Rizzador, incarnent cette rencontre entre tradition et raffinement.
- Enfin, le **chaï cheesecake**, enrichi par la pâte de **vanille Bourbon Vahiné**, propose une expérience dessert à la fois réconfortante et sophistiquée.

¹ Ministère de l'Agriculture – rapport sur la transition alimentaire 2023

² Étude Restauration : les habitudes des Français – 2024.

³ The Times, [Younger drinkers favour fruit-flavoured beer over bitter](#), 2025

⁴ Innova Market Insights, [Table Sauces Industry Trends: Global Market Overview](#), 2025

⁵ TikTok trend analysis, 2025

⁶ [Bacardi Cocktail Trends Report](#), 2025

⁷ [Verified Market Research](#), 2024

⁸ Datassential, [2025 State of the Menu](#), 2025

⁹ Market.us, [Black Cardamom Market](#), 2024

Du simple au sublime

Le retour à une cuisine simple, authentique et bien maîtrisée

Face à une surstimulation permanente, les consommateurs redécouvrent **la valeur de la simplicité**. Mais cette simplicité n'est pas synonyme de minimalisme : elle est **travaillée, intentionnelle**, et profondément **qualitative**.

Les ingrédients du quotidien deviennent les véritables piliers de l'expérience culinaire. Produits locaux, herbes aromatiques, légumes de saison ou préparations maison sont remis au centre de l'assiette.

Les **produits fermentés** illustrent particulièrement ce mouvement, avec une explosion des recherches de +1 899 % sur les produits fermentés, portée notamment par le **kombucha et le kéfir** (+250 %) ¹⁰.

Cette tendance s'inscrit également dans **une quête de sens**, notamment autour de la durabilité, de la transparence et de l'authenticité. 56 % des Français se déclarent prêts à payer **plus cher pour une offre éco-responsable**, un chiffre qui atteint 66 % chez les 24-35 ans ¹¹.

Les tendances du marché confirment cette évolution :

- La **betterave** : les pâtes de betteraves continuent de gagner en popularité, +21,2 % en 2025 ¹²
- L'**aneth** : le marché des grains d'aneth devrait atteindre 1,8 milliards de dollars d'ici 2033 ¹³
- Les **tomates anciennes** : les recherches ont augmenté de 50 % depuis janvier 2025 ¹⁴
- La **noisette** connaît une croissance annuelle de 100 % dans les chaînes de restauration ¹⁵.

Ces chiffres traduisent un retour fort au fait-maison et à la transformation simple mais valorisée des ingrédients.

Le Chef Hugues Marrec a traduit cette tendance en **3 recettes** simples, lisibles et gourmandes :

- Le **toast gourmand** aux légumes pickles, relevé par le persil et le **basilic Ducros**, illustre la richesse aromatique que peuvent offrir des ingrédients simples lorsqu'ils sont bien travaillés.
- Le **sandwich focaccia au halloumi et BLT**, enrichi **d'herbes de Provence Label Rouge Ducros**, revisite un classique avec équilibre et efficacité.
- Quant au **croq Thaï à la pâte de curry rouge Thai Kitchen**, il démontre comment une base simple peut être transformée par un ingrédient signature.

¹⁰ Uber Eats: le top 12 des plats les plus commandés en 2025

¹¹ Étude de Food Service Vision pour Food Hôtel Tech, 2023

¹² Food Navigator USA 2024

¹³ Verified Market Reports

¹⁴ Google Trends

¹⁵ Datassential 2025 State of The Menu Webinar



Les sauces venues d'ailleurs

La culture comme nouvel ingrédient

Dans un contexte de mondialisation des goûts, les consommateurs manifestent un intérêt croissant pour **les cuisines du monde**. Plus qu'un simple accompagnement, elles s'imposent comme **un élément central de l'expérience culinaire**, capable de transformer un plat, de raconter une histoire et de créer de la différenciation.

Cette dynamique est particulièrement portée par les **jeunes générations**, en quête d'authenticité, de diversité et de personnalisation, ainsi que par **une forte demande d'internationalisation des goûts** : 62% des consommateurs souhaitent découvrir des plats d'inspiration internationale, et 60% de la Gen Z privilégie les cuisines du monde¹⁶.

Le marché mondial des sauces connaît une **croissance soutenue**, avec une valeur attendue de 15,63 milliards d'euros d'ici 2033, et une progression des sauces épicées de +55 %¹⁷.

Les sauces deviennent des **vecteurs d'exploration** des saveurs mondiales et régionales. Elles rehaussent les repas du quotidien, rendent hommage aux traditions et encouragent l'expérimentation :

- **Toum** (*crème d'ail libanaise*) : une croissance prévue de +26,3 % vs 2024¹⁸
- **Aïoli au piment d'Espelette** : +140 % des recherches mondiales vs 2024¹⁹
- **Zhug** (*sauce piquante originaire du Yémen*) : en tête des saveurs que les consommateurs souhaitent le plus découvrir²⁰
- **Shischuan Chili Crisp** (*condiment chinois à base d'huile infusée au piment*) : croissance mondiale sur Amazon de +620 %²¹

Les sauces incarnent aujourd'hui **un langage culinaire global**. Elles permettent de connecter les cuisines, de raconter des histoires et d'introduire facilement de nouvelles expériences gustatives.

Le Chef Hugues Marrec s'est appuyé sur cette tendance pour créer des **recettes ouvertes sur le monde**, mêlant authenticité et créativité :

- Le **bulgogi de bœuf** (*plat coréen de viande marinée et grillée*), sublimé par un **mélange coréen Ducros**, met en avant des saveurs sucrées-salées emblématiques.
- Le **fish & chips** accompagné d'une sauce curry à base de **pâte de curry jaune Thai Kitchen** revisite un classique en lui apportant une dimension internationale.

¹⁶ Food Service Vision, 2024

¹⁷ Global Growth Insights, 2024

¹⁸ Addis Insight

¹⁹ Google Trends

²⁰ Kalsec Beyond the Burn Report 2024

²¹ Amazon

- Le **dosa de lentilles** (*crêpe fine et croustillante originaire du sud de l'Inde*), curry et chutney d'oignons doux, relevé au **gingembre moulu Ducros**, propose une immersion dans les saveurs indiennes.
- Enfin, le **poulet rôti au toum fumé**, enrichi d'**ail fumé Ducros**, met en lumière la puissance des sauces à base d'ail.





La saveur de l'année 2026 : le cassis

Une intensité fruitée au cœur des tendances

Chaque édition du Carnet de Saveurs™ met en lumière une saveur emblématique, choisie pour sa capacité à incarner les dynamiques identifiées.

En 2026, **le cassis** s'impose comme une évidence.

Originaire d'Europe centrale et du Nord, ainsi que d'Asie du Nord, il séduit par **son profil aromatique singulier, mêlant intensité, fraîcheur et complexité**. Ce fruit connaît une dynamique de croissance forte, avec une progression annuelle estimée à +23,3 % depuis 2024²².

Longtemps associé à des usages traditionnels (salade, garniture, accompagnement...), il connaît aujourd'hui **un renouveau**, porté par la mixologie, les boissons²³ et les créations culinaires contemporaines.

Son marché devrait atteindre 3,63 milliards de dollars d'ici 2031²⁴, confirmant son statut de **saveur en pleine expansion**. Sa progression est également dû à sa capacité à s'adapter à des applications variées, allant de recettes sucrées à des recettes salées.

Une saveur pleinement alignée avec les tendances 2026. **Le cassis incarne simultanément les trois grandes tendances :**

- Il enrichit les expériences raffinées du quotidien
- Il s'intègre dans des recettes simples et lisibles
- Il apporte une dimension culturelle et créative aux sauces et desserts

Les recettes développées pour le Carnet de Saveurs™ s'appuient sur sa polyvalence et sa richesse de saveurs :

L'espuma à la vanille, cassis et granola, élaborée avec **la pâte de vanille Bourbon Vahiné**, illustre cette capacité à créer des expériences gustatives accessibles, mais sophistiquées.



²² Tik Tok

²³ Synergy Non-Alcoholic and Soft Beverages Report

²⁴ Data Bridge Market Research

Une méthodologie globale, rigoureuse et collaborative

L'élaboration du Carnet de Saveurs™ repose sur une méthodologie éprouvée combinant **observation terrain, analyse de données et expérimentation culinaire**.

Chaque année, les équipes McCormick mobilisent **un réseau international d'experts** pour capter les évolutions des différentes régions du monde. Ce travail s'appuie sur **l'analyse de centaines de sources** (études sectorielles, cartes de restaurants, réseaux sociaux, innovations produits) afin **d'identifier des signaux faibles** avant leur démocratisation.

Ces insights sont enrichis par **des immersions terrain via des food safaris** dans des zones clés de la scène culinaire mondiale, permettant d'observer les pratiques émergentes et de confronter les données aux usages réels.

Les informations sont ensuite consolidées lors de **sessions collaboratives** réunissant experts culinaires, marketing et analystes, afin de **faire émerger des axes structurants** à partir d'un large volume d'idées.

Les tendances identifiées sont testées à travers la création et la dégustation de recettes, garantissant leur traduction en applications concrètes adaptées aux contraintes du foodservice.

Cette année, la méthodologie a mobilisé :

- **Plus de 50 collaborateurs** McCormick issus de 15 régions du monde
- L'analyse de plus de **200 signaux** issus de la presse spécialisée, des réseaux sociaux et des innovations produits
- La conduite de **9 food safaris** internationaux
- L'étude de **10 tendances globales aboutissant à 3 tendances majeures validées par plus de 100 plats expérimentaux**

À cette exploration s'ajoute la désignation d'**une saveur de l'année, choisie pour son caractère transversal** et sa capacité à résonner avec l'ensemble des tendances identifiées. Le Carnet de Saveurs™ ne se limite pas à identifier des tendances : **il les rend activables**.

Dans un contexte où l'innovation est essentielle, il constitue **un outil d'aide à la décision** pour les professionnels de la restauration, les industriels et les distributeurs. Il permet d'**anticiper les attentes des consommateurs**, de **renouveler l'offre**, de **nourrir la créativité** culinaire et de **renforcer la différenciation**.

L'édition 2026 met en avant une évolution clé : les consommateurs recherchent désormais **des expériences à la fois accessibles et qualitatives, mêlant plaisir, simplicité et ouverture culturelle**.

À propos du Carnet de Saveurs™

Depuis 2000, McCormick Carnet de Saveurs™ a identifié les principales tendances et les ingrédients pour découvrir les goûts de demain.

McCormick & Company est guidée depuis 129 ans par une passion du goût.

Cette passion est le moteur de notre quête constante de ce qui est nouveau en matière de goût.

Créé par une équipe mondiale d'experts de McCormick, y compris des chefs, des professionnels de la cuisine, des suiveurs de tendances et des technologues du secteur alimentaire, le Carnet de Saveurs™ l'exploration et l'innovation culinaires dans le monde entier.

Le Carnet des Saveurs™ est disponible sur le site : <https://www.mccormickforchefs.com/fr-fr/2026-flavor-forecast>

À propos de McCormick Foodservice en France

L'activité « Restauration Hors Foyer » de McCormick en France développe des produits à destination des sociétés de restauration collective et commerciale par l'intermédiaire des grossistes et sociétés « Cash & Carry » en France. A travers les marques Ducros avec plus de 150 références de poivres, herbes, épices et mélanges, Vahiné avec plus de 20 références d'aides aux desserts, et Thai Kitchen et ses 12 références d'ingrédients typiques de la cuisine thaïlandaise, McCormick France propose une offre large et variée pour répondre à tous les besoins de ses clients. www.mccormickfoodservice.fr

Ducros : Sels, poivres, herbes, épices et mélanges d'épices / Aides culinaires

Thai Kitchen : Nouilles de riz et de blé / Pâtes de curry / Laits de coco / Sauce Sweet Chili / Sauce Satay

Vahiné : Sauces desserts sucrées / Décorations sucrées pour desserts / Sucres, levures et aides pâtisseries

À propos de McCormick

McCormick & Company, Incorporated est un leader mondial des saveurs.

La société, qui réalise 6,7 milliards de dollars de chiffre d'affaires annuel, produit, commercialise et distribue des épices, mélanges pour assaisonnement, condiments et autres produits savoureux pour tous les acteurs du secteur de l'alimentation – détaillants, industrie alimentaire et restauration. Chaque jour, où que vous soyez et quoi que vous mangiez, vous pouvez déguster des aliments rendus savoureux par McCormick. « McCormick, les saveurs passionnément ».

Pour en savoir plus, merci de nous rendre visite sur www.mccormickcorporation.com



Sels, poivres, Herbes,
Epices Mélanges d'épices
Aides culinaires



Lait & crème de coco,
Nouilles, Pâtes de curry
Sauces prêtes à l'emploi



Sauces piquantes
mexicaines



Sauces desserts,
Décorations sucrées pour desserts
Vanille & aides pâtisseries

