

**L'ECHO**

Date : 23/02/2019

Page : 25

Periodicity : Daily

Journalist : Van Driessche, Luc

Circulation : 12989

Audience : 61364

Size : 482 cm<sup>2</sup>

# Didden, de la sauce au confit

La société bruxelloise produit des sauces pour les grandes enseignes de la distribution. Elle entend désormais valoriser davantage ses produits de marque propre.

**LUC VAN DRIESSCHE**

Surtout connue pour être un fournisseur de sauces de marque distributeur pour les grandes enseignes du pays, la société familiale bruxelloise Didden entend capitaliser davantage sur sa marque propre.

Créée en 1925 par Jean-François Didden, l'entreprise molenbeekoise, qui emploie aujourd'hui 35 personnes, est connue pour être un des plus gros fournisseurs de sauces bolognaises et d'oignons confits du pays. Michèle Didden, qui incarne la quatrième génération à la tête de la PME familiale, entend miser davantage sur la marque Didden, porteuse de notoriété et de valeur ajoutée.

« Nous avons pris conscience de l'importance de la marque Didden, que nous ne valorisons pas assez. Travailler avec les distributeurs, c'est vivre en permanence avec une pression sur les prix, les distributeurs étant eux-mêmes mis sous pression par les hard discounters. D'où notre souhait de mettre la marque en avant. Mais cela nécessite des investissements en marketing et en pub », explique Michèle Didden.

La marque Didden, ce sont des sauces, des mayonnaises, mais surtout les confits, qui font l'objet d'une attention plus particulière. La concurrence étant moins forte sur ce créneau, il est plus facile de capitaliser sur ce genre de produit.

« Notre but, c'est de convaincre le consommateur de manger des confits pendant toute l'année, et pas seulement durant les fêtes. Beaucoup de gens s'imaginent que le confit d'oignons ne s'associe qu'au foie gras. Pour corriger cette idée préconçue, nous organisons des lunchs pour montrer que le confit peut s'accommoder avec d'autres plats », précise la CEO de l'entreprise.



Michèle Didden incarne la 4<sup>e</sup> génération à la tête de l'entreprise familiale. © SASKIA VANDERSTICHELE



### Fini les salades

Les marques distributeur – les «private labels» – représentent actuellement un peu plus de la moitié du chiffre d'affaires de Didden. Celui-ci est en recul. De 12,4 millions d'euros en 2015-2016, il est passé à 11,9 millions en 2016-2017 et à 11,5 millions lors du dernier exercice, clôturé le 30 juin 2018.

Une évolution que Michèle Didden explique par un réajustement stratégique. *«Nous avons huit catégories de produits mais nous avons décidé de nous séparer des salades (de viande, de poulet...). A tout vouloir faire, on ne fait rien de bien. Nous avons donc*

**«Notre but, c'est de convaincre le consommateur de manger des confits pendant toute l'année, et pas seulement durant les fêtes.»**

**MICHÈLE DIDDEN**  
CEO DE DIDDEN

*préférée nous recentrer sur les catégories où nous avons quelque chose à offrir de différent du point de vue du goût.»*

D'ici un an, Didden disposera de l'espace nécessaire à son développement. Elle a trouvé chaussure à son pied à 100 mètres de son siège actuel. *«En 2005, nous avons acheté un bâtiment à Nivelles, mais nous nous sommes vite rendu compte qu'il était trop petit. Nous avons dès lors dû le revendre, et nous sommes restés à Bruxelles. La décision de Takeda de se délocaliser a été pour nous l'occasion rêvée de*

*nous réinstaller à 100 mètres de notre siège historique», dit Michèle Didden.*

Les 8.000 mètres carrés disponibles lui permettront d'assouvir ses ambitions, notamment à l'export. Aujourd'hui, l'entreprise engrange 11% de ses revenus sur les marchés extérieurs, principalement dans les pays voisins et... en Lituanie.

**Michèle Didden est l'invitée de Big Boss, ce samedi sur BX1**





## «Ma plus grande fierté? Les 220.000 jobs créés.»

CHARLES MICHEL  
INTERVIEW EN PAGES 4-5

**weekend**

samedi 23 février 2019  
www.lecho.be

# L'Echo

Avec 100 dollars en poche, Yves Jadot et Patrick Van Roosendaal ont conquis New York.

PAGES 53-55



**Mon Argent supplément gratuit**

## Guide Immobilier

### Rénover et construire malin

## + Combien vaut votre maison?

Les prix des maisons, villas, appartements et terrains à bâtir dans toutes les communes de Belgique.

# Paul Magnette teste un pacte pour l'Europe

Le PS veut associer candidats au-delà des partis et citoyens pour forcer la prochaine Commission européenne à faire siens 6 grands objectifs.

MATHIEU COLLEVIN

À ce stade, Paul Magnette n'en fait qu'une «*affirmation en cours*». Mais la future tête de liste européenne du PS a bel et bien rédigé un projet politique à l'échelon continental pour lequel il tente d'obtenir l'adhésion de divers courants politiques. Son «*pacte électoral pour l'Europe*», dont L'Echo a pu prendre connaissance, estime que «*les prochaines élections européennes ne doivent pas devenir un combat entre élites pro-européennes et forces populistes*». «*L'UE ne peut pas se permettre de perdre cinq ans de plus. Nous devons utiliser notre bulletin de vote pour pousser ensemble à des engagements forts et à un changement radical*», écrit Paul Magnette.

Le pacte repose sur six grands objectifs et un double engagement. Celui des électeurs d'abord, s'engageant à ne voter que pour les candidats et partis «*qui ont explicitement indiqué qu'ils/elles n'approuveront la prochaine Commission que si elle souscrit explicitement aux 6 points du pacte*». De leur

**«L'Union européenne ne peut se permettre de perdre 5 ans de plus.»**

PAUL MAGNETTE  
TÊTE DE LISTE PS À L'EUROPE

côté, les candidats signataires s'engagent à n'approuver la prochaine Commission européenne que si elle épouse ces six objectifs.

#### Taxe carbone

Quels sont-ils? Pour le bourgmestre de Charleroi, qui a déjà annoncé qu'il ne siègerait pas au Parlement européen. L'égalité hommes-femmes est une priorité qui doit s'appliquer jusqu'au sein de la Commission. La pauvreté infantile constitue le deuxième axe de ce texte. Naturellement, le pacte inclut des ambitions environnementales avec l'interdiction de la vente de nouveaux véhicules diesel à l'horizon 2030 et la création d'une taxe carbone européenne. La lutte contre l'évasion fiscale, le développement du droit à l'aide, notamment des réfugiés, et l'offre d'une garantie d'emploi pour la jeunesse s'affichent également comme priorités absolues.

Reste à voir si cette ambitieuse initiative suscitera un large intérêt en Europe.

LIRE EN PAGE 3

## Delen ouvrira un siège à Waterloo d'ici mai-juin

Delen sera bientôt un peu plus présente au sud du pays. Après Liège et, plus récemment, Namur, la banque privée va ouvrir un nouveau siège à Waterloo d'ici mai-juin, a-t-on appris à bonne source. Siècle drève Richele, l'enseigne nouvelle doit permettre à la banque de s'adresser aux quelque 700 clients qu'elle compte sur la seule commune, de même qu'àux 3.300 autres répartis à travers le Brabant wallon.

La raison de ce développement? «*La mobilité. Les gens viennent avec difficulté jusqu'à Bruxelles. Résultat, nos clients ne veulent plus de rendez-vous avant 9h ni à partir de 16h30*», explique René Havaux, actuel vice-président du comité de direction et futur CEO. Ce qui posait problème, comme dans les cas des clients en Campine (où un siège a aussi été ouvert) qui devaient rejoindre le siège anversois de la banque via un ring embouteillé.

En parallèle, «*il s'agissait aussi d'une opération quelque peu opportuniste. Car si nous avons des clients dans la zone concernée, nous y avons aussi des collaborateurs qui vivent. Il y avait donc une efficience possible à pouvoir éviter des déplacements inutiles pour tout le monde*».

Bref, avec Waterloo, la banque privée comptera bientôt 11 antennes locales. Au total, Delen aura bientôt ouvert cinq sièges (Waterloo, Louvain, Namur, Knokke et Westerlo) en deux ans environ, portant sa présence géographique à 11 antennes locales. Une expansion rythmée... mais jusqu'à quand? «*Tout est une question de masse critique. Il faut que cela fasse sens*».

LIRE EN PAGE 23



Les filles virtuelles règnent sur Instagram

Spécial mode printemps-été

Jusqu'à 4% de rendement grâce aux panneaux solaires.

MON ARGENT  
PAGES 45-46

PUBLICITÉ

**PÉRIODE DE SOUSCRIPTION DU 22 AU 28 FÉVRIER 2019 INCLUS**

Participez à:

## une croissance rentable.

Souscrivez à l'augmentation de capital de €160 millions maximum.

Plus d'info?  
www.montea.com/fr/  
augmentationdecapital2019

ING Belfius Degroof Petercam

Un placement en actions comporte des risques. Les investisseurs sont priés de lire le prospectus avant d'investir.

139<sup>e</sup> ANNÉE  
BEL 4,20 €

N°39  
LUX 4,70 €



5 413639 101621

Veronique Goossens, «*chief eco*» parmi les hommes, revisite le job à sa manière. PAGES 15-17

Bart Gruyaert, le patron belge d'Altifort, défend sa vision atypique de l'industrie. PAGES 26-27

Nos frigos font plus de tort au climat que le transport aérien, selon Geert Noels. PAGE 19