


EXCELLENCE BELGE

DIDDEN À LA CONQUÊTE DE LA RUSSIE

Michèle Didden, quatrième génération d'une famille d'entrepreneurs, mise sur l'innovation et l'ADN d'une maison très ancrée sur des valeurs de qualité et de convivialité pour conquérir de nouveaux marchés.

Par Christian Marchand

Beaucoup d'entre nous ignorent qu'un incroyable outil de production est installé depuis près d'un siècle sur l'une des grandes artères de Molenbeek. D'ici sortent chaque mois plusieurs tonnes de mayonnaise, bolognaise et autres condiments (cornichons et confits). Aujourd'hui, l'entreprise emploie une quarantaine de personnes, tous des passionnés qui défendent la qualité de leurs produits avec ardeur et participent à l'élaboration des nouvelles recettes. Entre tradition et innovation, Didden se renouvelle et a élargi la distribution de sa production. Outre la gamme réservée aux grandes surfaces et celle conditionnée en plus petits bocaux pour les commerces de bouche comme les boucheries, fromageries et traiteurs, l'entreprise a lancé une nouvelle collection exclusive destinée aux corners de luxe. A l'instar des grandes marques de condiments, elle a imaginé un packaging très luxueux, dont le design

rappelle celui des flacons de parfumeurs.

Mais si l'innovation est le fer de lance de cette maison familiale, elle résiste cependant aux sirènes de la modernité en privilégiant un savoir-faire ancestral. Et peu importe que les fouets-batteurs traditionnels soient plus difficiles à entretenir : c'est comme cela que la mayonnaise est la meilleure. Didden ne fait pas plus de compromis avec les ingrédients. Les oignons frais sont hachés minute pour la fabrication des confits et la mayonnaise se compose de 11 % de jaunes d'œufs frais, un record dans le domaine ! La recette des mélanges d'épices est jalousement gardée. Quant aux colorants artificiels et autres conservateurs, ils sont bannis dans la mesure du possible.

Si, à l'origine, Didden est d'abord une vinaigrerie, elle s'est transformée rapidement en moutarderie avant de devenir une référence dans le secteur

« La classe moyenne russe se développe et recherche une meilleure qualité de vie »

LA SEMAINE DE MATCH

de la mayonnaise et des sauces apparentées. Pionnière, elle se lancera dans la production des premiers confits, réussissant à twister nos habitudes de consommation. A sa tête désormais : Michèle Didden, que rien ne prédestinait à ce poste. En effet, à l'époque, on imaginait mal une femme diriger une boîte alimentaire. Après des études d'opticienne-optométriste, son père l'invite à venir goûter à temps partiel aux joies de l'entreprise familiale. Elle est préposée au nettoyage des seaux : de quoi la dégoûter ! Mais peu à peu, elle gravit les échelons tout en décrochant un diplôme de comptabilité et une licence en management.

Depuis lors, c'est presque une fusion charnelle entre Michèle et son entreprise. Chacune étant le reflet de l'autre. « Pour moi », avoue-t-elle, « le plus difficile a été de m'habituer aux tensions et aux conflits dans la vie des affaires ».

Attachée aux valeurs de convivialité, elle a mis toute son énergie à développer la gamme de confits créée par son père pour devenir aujourd'hui leader dans ce secteur. « Ce qui est merveilleux avec les confits, c'est que si vous êtes en panne d'inspiration, il suffit d'en ajouter une cuillère pour sublimer un plat banal et régaler vos convives. Ce qui me motive, c'est d'aider la personne qui prépare la cuisine à y passer le moins de temps possible pour se retrouver en présence de ceux qu'elle aime. Car ce sont des moments comme ceux-là qui égayent la vie. » Et ils sont d'autant plus précieux que le confinement nous montre à quel point ils doivent être privilégiés. C'est dans cet esprit de partage et de convivialité que s'exprime toute la philosophie de Didden.

Mais comment Michèle va-t-elle convaincre les consommateurs russes ? « Précisément en leur permettant de réjouir facilement leurs convives avec des combinaisons de saveurs inédites. La Russie est un marché de 145 millions d'habitants qui évolue rapidement. La classe moyenne se développe et recherche dorénavant une meilleure qualité de vie. Elle est particulièrement réceptive aux articles en bocaux, car la conservation

naturelle des aliments pendant un hiver interminable fait partie de l'histoire du pays. Notre démarche répond exactement à ses besoins, en proposant des produits qui stimulent la créativité de la personne qui cuisine tout en lui simplifiant la vie. »