

# ÉPICERIE

## A SAVOIR

### Max Havelaar pèse 560 M€

Arrivé en France en 1993 via le café, le label équitable Max Havelaar concerne aujourd'hui 256 entreprises partenaires, à travers 14 filières. Soit au total 3 260 produits labellisés pour 560 M€ de chiffre d'affaires. Cela se traduit par 7,5 M€ de prime de développement versée aux petits producteurs.

## LE CHIFFRE

# 7 M€

C'est le montant investi par Mondelez dans l'usine de Cestas (33) pour créer de nouvelles lignes de fabrication et conditionnement sur Mikado.

## LANCEMENT

### Le Potager Bio tartine à l'apéro

Créée en 2017 à Rognonas (13), la Compagnie Bio signe une offre large de tartinables apéritifs baptisés Le Potager bio à base de légumes. Ils sont fabriqués selon le procédé de flash pasteurisation à 80°C qui permet de préserver au mieux la saveur des ingrédients. La gamme vient d'accueillir trois recettes originales à base d'olives : olivade verte épicée à l'orientale, aux légumes croquants, noire aux

fruits secs. Les produits sont conditionnés en verrine de 100 g.



# KÜHNE SE PIQUE DE CORNICHONS

- Le challenger Kühne s'est hissé à la deuxième place sur les cornichons, grâce aux aigres-doux.
- Il enrichit sa gamme de nouveautés et innove en parallèle sur les sauces de variétés.

Le bon élève du cornichon. Alors que le marché se montre plutôt morose ces dernières années, Kühne confirme son insolente santé poursuivant son ascension au nez et à la barbe du leader Unilever. Sur les 12 derniers mois\*, le challenger a vu ses ventes bondir de 30 % en HM SM, soufflant même la



Après les éditions limitées aux whisky et gin sorties en fin d'année, Kühne signe trois recettes gourmandes. La marque ajoute aussi une nouvelle variété de sauce Made for

deuxième place à Amora, en difficulté, pour atteindre 17,2 % du CA total. Kühne doit sa réussite à son ancrage sur les cornichons aigres-doux qui bénéficient d'un engouement croissant : + 17 % en

un an. Ils ont aussi, il est vrai, profité des sévères ruptures subies par les recettes vinaigrées en 2017 liées à des problèmes de récolte en Inde, premier pays producteur.

Les aigres-doux trustent désormais 25 % des ventes de cornichons et la marque allemande accapare 68 % de ce dynamique segment qu'elle soutient régulièrement par de la pub TV et des lancements nombreux.

En fin d'année, Kühne s'est ainsi illustré avec deux recettes festives originales, destinées aux jeunes adultes : au gin et whisky. Les produits ont été élaborés par la maison mère en Allemagne, qui avait aussi créé, pour son marché

domestique, une variété au rhum. Les alcools étaient présents à hauteur de 2 % dans la saumure. Cette édition limitée, au look rompant avec les codes du rayon, est destinée à être renouvelée.

### 2 M€ POUR MADE FOR MEAT

Mais la marque d'Européenne de condiments mise sur ses nouvelles « recettes gourmandes » pour animer le rayon toute l'année. L'offre, sortie ce mois-ci, compte trois variétés inédites, dont certaines marient le sucré et salé : miel & piment, condiment balsamique blanc et herbes fines (persil et aneth).

En parallèle, Kühne poursuit le développement de sa gamme de sauces de variétés. Lancée en 2017 avec trois recettes (375 g), Made for Meat occupe le créneau premium avec un conditionnement verre évoquant une flasque, un look rétro original, des recettes exotiques généreuses en ingrédients nobles et une texture avec morceaux.

L'offre, qui pèse 2 M€, s'est enrichie de trois codes l'an dernier sur un format plus petit de 235 ml. Elle sera complétée le mois prochain par une variété « sour cream pink pepper » associant crème acidulée, morceaux d'oignons, herbes et poivre rose. Comme les autres recettes, le produit est sans colorants, ni conservateurs, ni arômes. ●

PATRICIA BACHELIER

\*12 mois arrêtés à fin août 2018.