



01.

MOUTARDERIE DE LUXEMBOURG

## RÉUSSITE À TOUTES LES SAUCES !

**Prenez une histoire de famille. Ajoutez-y un grain de savoir-faire. Assaisonnez de quelques idées pour relooker une marque et versez-y une bonne dose d'originalité pour développer de nouveaux produits. Vous n'aurez plus qu'à déguster ! Le tout est garanti 100% naturel et labélisé « Made in Luxembourg » !**

Texte : Corinne Briault - Photos : Pierre Guersing

Débutée il y a près de 100 ans, l'histoire de la Moutarderie de Luxembourg est, depuis 40 ans, intimement liée à l'histoire de la famille Munhoben. La production de moutarde au Grand-Duché remonte à 1922, elle était alors produite dans le Mohrfelsmillen au Pfaffenthal. En 1976, Raymond Munhoben rachète la moutarderie luxembourgeoise et, 10 ans plus tard, installe sa nouvelle chaîne de conditionnement et de production dans les locaux des entreprises Munhoben Distribution à Howald. En 1993, l'entreprise élargit sa production et débute la fabrication de mayonnaise.

En 2000, Roland Munhoben (administrateur) et son fils Yann (directeur) reprennent les parts de la division Moutarderie. Les locaux de production et l'administration sont transférés en 2008 dans un nouveau bâtiment à Munsbach. Ils abordent alors, en 2014 et 2015, deux années charnières dans le développement de l'entreprise familiale. Tous les produits de la Moutarderie adoptent un nouveau look et deux nouvelles sauces, le « Ketchup de Luxembourg » et « l'Andalouse de Luxembourg », font leur apparition. En 2017, pour répondre à une demande toujours en hausse, l'entreprise investit dans de nou-



02.



03.

velles machines de production et de conditionnement. Les articles sont vendus en grande distribution, mais aussi aux professionnels de l'horeca via des grossistes. L'entreprise est aujourd'hui leader sur le marché luxembourgeois de la moutarde. Elle propose des sauces de qualité gustative supérieure, confectionnées avec des produits 100% naturels et sans conservateurs, et la production est réalisée quotidiennement. Entretien avec Roland Munhoben, administrateur.

### Quels sont les projets sur lesquels vous travaillez actuellement ?

« Lors de la foire agricole d'Etelbruck, nous avons 'sondé' le public afin de savoir quelle nouvelle sauce les consommateurs souhaitaient que l'on produise. La sauce BBQ avait été particulièrement plébiscitée. Nous avons donc élaboré la recette de cette toute nouvelle sauce et nous avons réfléchi à la campagne publicitaire pour son lancement.

Nous travaillons également sur plusieurs projets d'exportation, notamment en Allemagne et aux USA, où les restrictions sur les importations sont relativement importantes.

Il nous faudra trouver des grossistes revendeurs connaissant bien leur marché géographique. Nous participerons aussi à des événements tels que le Sial à Paris. Enfin, nous essayons de nous positionner de la meilleure manière possible sur les réseaux sociaux, qui représentent un bon moyen de communication avec les consommateurs.

### Quelle est la réalisation dont vous êtes le plus fiers ?

« Nous sommes fiers du relooking réalisé en 2014, qui a permis d'harmoniser le design de l'ensemble de notre gamme tout en lui donnant un 'coup de jeune'. La campagne de communication à l'occasion de ce relooking a été réalisée en quatre langues pour s'adresser aussi aux consomma-



04.



05.



06.

teurs non luxembourgeois. Cette nouvelle identité visuelle est un véritable succès. Je suis également fier de nos produits, et notamment de la nouvelle recette de notre mayonnaise en 2017 ou encore du succès de nos sauces ketchup et andalouse lancées en 2015. Enfin, je suis également très content de notre relocalisation à Munsbach en 2008. Ce nouveau bâtiment nous permettra, si besoin, de pouvoir installer d'autres machines de production pour développer nos activités.

### Quels sont les grands défis auxquels vous devez faire face dans votre secteur d'activité ?

« Un défi majeur sera de moderniser notre outil de production pour produire plus, notamment pour exporter. Ceci demande des investissements financiers importants. Pour être compétitif, il faudra automatiser davantage la fabrication. D'autres adaptations seront aussi nécessaires, comme l'organisation des plannings, l'étiquetage dans les langues des

pays cibles ainsi que le respect de la législation en vigueur dans ces pays. La mise en place des normes de qualité et les certifications représentent un investissement non négligeable. Un autre grand défi est de pouvoir faire face à la concurrence. Nous fabriquons des produits locaux de qualité et notre positionnement nous permet de pouvoir nous démarquer sur d'autres critères que le prix. Nous allons devoir renforcer notre position sur le marché national pour nos nouvelles sauces, notamment grâce à un commercial dynamique, des animations sur le lieu de vente ou encore la participation à des manifestations locales.

### Si vous pouviez changer une chose dans votre secteur d'activité, quelle serait-elle ? Que pourrait faire la Chambre de Commerce en ce sens ?

« Sur le plan national, la Chambre de Commerce pourrait par exemple conseiller aux cantines et autres restaurants d'institu-

tions publiques de consommer des produits locaux qui sont de très bonne qualité.

En ce qui concerne notre volet exportation, l'aide de la Chambre de Commerce dans la recherche de contacts chez des distributeurs grossistes en Europe serait précieuse. ●

01. Roland Munhowen, administrateur de la Moutarderie de Luxembourg (à g.), et Carlo Thelen, directeur général de la Chambre de Commerce.

02, 03. Tous les ingrédients étant garantis 100% d'origine naturelle et sans conservateurs, la moutarde de Luxembourg, en comparaison avec d'autres moutardes, possède une date limite de consommation plus courte, ce qui en fait un produit « authentique et de tradition, à consommer jeune, frais et onctueux ».

04, 05. Les graines de moutarde utilisées proviennent du Canada et de l'Europe, et l'huile végétale contenue dans la mayonnaise est luxembourgeoise. Contrairement à d'autres producteurs de moutarde, les huiles essentielles contenues dans les graines ne sont pas extraites au cours de la mouture, ce qui ajoute à la sauce une qualité et une valeur gustative incomparables. Au cours de l'assemblage et de la maturation, du vinaigre est ajouté aux graines concassées qui, une fois imbibées, forment ensuite un mélange onctueux. On y additionne alors le sel, le sucre et les épices, à l'origine du goût si caractéristique de la moutarde de Luxembourg.

06. En 2015, tous les produits de la Moutarderie adoptent un nouveau look.

### En bref



8 employés au Luxembourg

Tous les produits sont labellisés « Made in Luxembourg » et destinés principalement au marché national. L'entreprise produit chaque année :

240 tonnes de moutarde

67 tonnes de mayonnaise

36 tonnes de ketchup

27 tonnes de sauce andalouse

### L'information continue

Retrouvez toutes les visites d'entreprises sur [www.ccl.lu](http://www.ccl.lu)