

Les petites madeleines de Proust de la confiserie Verquin

Noir comme un galet de charbon, la pastille du mineur porte bien son nom. Cette confiserie, devenue symbole de la famille Verquin a une histoire transmise de génération en génération.

L'actuel président du directoire de Verquin confiseur, Luc-Pierre Verquin la raconte en assurant de sa véracité : « Mes arrière-grands parents avaient accueilli un officier anglais qui revenait des Indes. Pour les remercier, il leur a donné un cocktail de plantes pour dégager les bronches. C'est resté un médicament de famille. Ce médicament qu'on prend quand on tousse ou qu'on applique sur les bronches. Puis en 57, dans un contexte minier, mon grand-père Georges Verquin s'est dit : "on devrait apporter un petit plaisir à tous ceux qui travaillent à la mine. Et pour ça, on va utiliser notre mélange de plantes" ».

Depuis cette époque, la recette de ce cocktail de cinq plantes

est tenue secrète. La confiserie vend plus d'un million de paquets de cette fameuse pastille. Essentiellement aux adultes. « La pastille du mineur permettait de compenser l'envie de fumer sous la mine, témoigne Luc-Pierre Verquin. Et aujourd'hui encore, lorsqu'on a réuni nos consommateurs pour connaître les raisons de leur achat, nous nous sommes rendus compte que beaucoup de nos clients essayaient d'arrêter de fumer. Bref 45 ans après, le produit a toujours sa légitimité. »

Tendance nostalgie

Cette entreprise familiale créée en 1912 mise sur la tradition. A côté de la pastille du mineur, elle fabrique dans son usine de Tourcoing des bonbons au miel ou à la violette ou encore des feuilletés noisette. « Le bonbon au miel est en forme d'abeille comme avant, la recette avec uniquement du sucre et du miel, n'a pas changé depuis le temps de

mon grand-père, » détaille Luc-Pierre Verquin. Pour la violette, « une véritable madeleine de Proust », selon le chef d'entreprise, le packaging joue sur la vague nostalgie. « Nous avons un positionnement de marque, c'est sûr que si on veut rester unique, on ne peut pas se mettre à fabriquer des bonbons au coca, » note Luc-Pierre Verquin.

Mais le jeune responsable de l'usine à bonbons n'est pas bloqué dans le passé. En 2005, il a lancé les bonbons dessert, un concept déjà en vogue dans les produits laitiers. Au menu : caramel brownies, bonbons fourrés crème brûlée, et autres friandises au goût crumble, tiramisu ou citron meringué. Autre tendance dans l'air du temps, les bonbons sans sucre. Avec une déclinaison light de la pastille du mineur... « C'est la dette et le don, explique Luc-Pierre Verquin. La dette, c'est ce que vous devez au client, un bonbon se doit d'être bon. Le don, c'est le plus que vous lui apportez, comme le sans-sucre. »

Mais l'entreprise ne produit pas 10 500 tonnes de bonbons par an, uniquement sous la marque Georges Verquin. Elle est leader sur le marché pour les bonbons de distributeurs. Ceux commercialisés dans les linéaires sous la marque des hypermarchés.

Pour la grande distribution, la confiserie fabrique des bonbons tendres, à la menthe, acidulés aux fruits, des caramels et des assortiments. « Mais nous apportons aussi un véritable service avec le packaging et des études marketing, nous proposons des modifications », raconte Luc-Pierre Verquin. Cette part de la production représente 70 % de l'activité.

Mais ce n'est pas la branche productive qui tient le plus au cœur de l'entrepreneur. Luc-Pierre Verquin l'affirme : « La marque Georges Verquin, on y tient. Rendez-vous compte, c'est mon grand-père qui en a créé les recettes ! »

Violaine Magne



L'entreprise Verquin confiseur fabrique chaque année 10 500 ton