Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 17 novembre 2026

McCormick-Ducros renforce son titre de géant mondial des saveurs



McCormick renforce son titre de géant mondial des saveurs avec l'arrivée dans son giron d'Amora, Knorr, Maille et Maïzena. Tout cela grâce à une 'combinaison' avec le britannique Unilever qui se sépare de son pôle alimentaire pour se concentrer sur l'hygiène, le bien-être, le soin (Dove, Signal, Rexona, Monsavon) et les lessives (Skip, Omo, Persil, Coral, Cif, Lux).

« Ce sont des jolies marques, connues depuis longtemps. En plus, cela nous permettrait d'étendre notre présence sur d'autres catégories et d'autres géographies, comme l'Allemagne, l'Europe du Nord et l'Asie » commente Arnaud Ronssin, le directeur général du groupe McCormick, présent dans le Vaucluse avec 600 salariés sur les 3 sites d'Avignon, Carpentras et Monteux.

Success-story familiale en Vaucluse

Ducros en Vaucluse c'est l'histoire d'une success-story familiale qui remonte à 1963 avec les frères Gilbert et Marc Ducros. Ils vendent leur entreprise spécialisée dans les herbes de Provence et épices à Eridiana-Beghin-Say en 1992. Puis le groupe américain McCormick l'acquiert en 2 000, au moment où est

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 17 novembre 2026

lancée la construction du siège sur le site d'Agroparc, entre oliviers, romarins et lavandes.
Aujourd'hui, avec ce nouveau 'big-deal', McCormick versera 15,7 milliards de dollars à Unilever. « Les discussions sont en cours et nous attendons que l'autorité de la concurrence statue d'ici 2027″ précise le jeune patron de McCormick France et Angleterre.



Les nouveaux modèles de grands moulins de 18 centimètres. Crédit : AB

Développement de la R&D
Moutarde Amora, mayonnaise Maille, soupes Knorr, fleur de maïs de Maïzena pourraient donc élargir la gamme de Ducros dont l'innovation est l'ADN. « Chaque année nous proposons des nouveautés, une trentaine en 2025 grâce à notre service Recherche et Développement dont le budget est passé de 2,5% à 3,6%, ajoute Arnaud Ronssin. Par exemple, nous avons lancé des grands moulins élégants de 18 centimètres, à poivre, à sel de l'Himalaya, à 'sel fou' (piment, thym, paprika), à sel de Guérande. On peut les mettre sur la table alors que les anciens restaient dans les placards ou sur les étagères de la cuisine. »

Marques préférées des Français : Ducros et Vahiné poursuivent leur ascension
Ducros et Vahiné ont encore progressé dans le classement 2026 de l'observatoire des marques préférées des Français. Ducros passe ainsi de la 33e place en 2025 à la 28e cette année. Du côté de Vahiné, la progression est encore plus importante en passant du 37e rangs en 2025 au 29e rang en 2026.

Ducros à la mode Air fryer

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 17 novembre 2026

En phase avec l'air du temps, Ducros a sorti des préparations pour accommoder à toutes les sauces viandes, légumes et poissons panés cuits à l'Air fryer ou autre Croustifryer. La truffe aussi à sa gamme avec des mélanges au sel, à l'ail, comme pour le risotto. Des sachets d'oignons frits sans huile de palme aussi proposés aux consommateurs. La sauce pimentée 'Cholula' est vendue en bocaux avec des propositions pour le guacamole et la fajita.
Avec ces parfums, ces saveurs, ces épices, en restant dans sa cuisine on voyage au Maroc, en Thaïlande, en Inde, au Mexique, en Italie, avec des effluves de couscous, de curry, de colombo, de massalé, de marjolaine…



Vahiné : un peu de douceur dans un monde de brute
La seconde branche de McCormick, toute en douceur, Vahiné, elle aussi innove dans le secteur pâtisserie. Avec un nouvel emballage sous vide pour la vanille bourbon de Madagascar grâce à un zip refermable pour qu'elle conserve sa fraîcheur, longtemps après son ouverture. « Nous parlons aujourd'hui de desserts au sens large, de préparations pour tous types de desserts, crumbles, crèmes brûlées, brownies, génoises, cakes, financiers aux amandes, panna cota coco et mangue passion, avec des recettes-maison, comme pour la crème glacée à la fraise, qu'on peut réaliser même sans sorbetière », précise Arnaud Ronssin.

Le Covid a relancé la cuisine à la maison
Lui qui a pris ses fonctions fin janvier 2023 à Avignon, a connu d'abord une progression du chiffre d'affaires de McCormick à l'époque du Covid, quand chacun s'est mis à cuisiner à la maison, confinement oblige. Puis, ralentissement avec la guerre en Ukraine, inflation, problèmes de livraison des matières premières, augmentation du coût de l'énergie et des transports. Le groupe a repris des couleurs en France en passant de 370M€ en 2022 à 404M€ en 2023 et des volumes en progression de +5,5%.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 17 novembre 2026



« En 2025, nous avons affiché un chiffre d'affaires de +5,7% et pour 2026 on estime qu'il va être de +3,3%, une progression de + 10M€ par an. » Ce qui n'est pas si mal quand on constate que le coût des emballages, du gas-oil, de la main d'œuvre flambe. « Certes notre CA est en hausse, mais l'inflation aussi, la production aussi, par conséquence notre marge se resserre. »

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 17 novembre 2026



Arnaud Ronssin, le directeur général du groupe McCormick. Crédit : Andrée Brunetti/L'Echo du mardi

> « Il faut circonscrire la production à une aire précise en Provence pour éviter de retrouver sur le marché des pseudo-herbes de Provence qui viennent en fait d'Afrique du Nord, d'Asie ou de Pologne. »
>
> *Arnaud Ronssin, le directeur général du groupe McCormick*

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 17 novembre 2026

Arnaud d'accord avec Arnaud
Un nouveau cheval de bataille se dessine pour Arnaud Ronssin, avec un autre Arnaud, Montebourg. L'ancien ministre devenu entrepreneur en créant la marque de miel Bleu, blanc, ruche, puis La Compagnie des amandes. De passage récemment à Avignon, il a évoqué le cas des « Herbes de Provences » qu'il faut absolument protéger.

« On est d'accord tous les deux. Il faut circonscrire la production à une aire précise en Provence pour éviter de retrouver sur le marché des pseudo-herbes de Provence qui viennent en fait d'Afrique du Nord, d'Asie ou de Pologne et dont la qualité est loin d'être garantie. »

Ensemble, ils se sont rendus au Ministère de l'Agriculture pour défendre ce dossier. Mais la procédure risque d'être longue, très longue avec toutes ces normes, ces règlements français qui se superposent aux injonctions européennes. Un mille-feuilles de paperasses qui aura du mal à freiner nos fringants entrepreneurs.

Comment McCormick-Ducros se décarcasse pour l'économie vauclusienne

---

Comment McCormick-Ducros se décarcasse pour l'économie vauclusienne

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 17 novembre 2026





Grâce à ses marques Ducros et Vahiné, le groupe américain McCormick implanté à Avignon, Carpentras et Monteux, constitue l'une des principales locomotives du secteur agro-alimentaire en Vaucluse.

Après avoir racheté l'entreprise créée en 1963 par Gilbert Ducros à Buis-les-Baronnies en Drôme provençale, le groupe américain basé depuis 1889 à Baltimore a investi dans un nouveau siège McCormick France à Avignon-Agroparc et rénové les deux sites de Monteux (où sont fabriqués notamment ses moulins à poivre) et Carpentras où, au milieu de 8 hectares, est installée sa haute tour de broyage. Un équipement high-tech de tri, de désinfection, de désinsectisation, de calibrage, d'élimination de brindilles, pierres et insectes, de stérilisation à la vapeur d'eau, d'ensachage et de lyophilisation qui traite des tonnes d'herbes et aromates arrivés par bateau à Marseille pour la fabrication, le conditionnement et la livraison de ses épices Ducros et d'amandes, écorces de cannelle, noisettes et noix de coco pour les aides aux desserts Vahiné.

Arnaud Ronssin, directeur général du leader européen McCormick depuis 2022 à Avignon, résume la situation récente : « 2020-2021 ont été de belles années pour nous. Avec le Covid, le confinement, les restaurants fermés, les consommateurs assignés à résidence ont eu le temps de cuisiner des petits plats, de se mettre à la pâtisserie, du coup les ventes de nos produits ont bondi. Mais en 2022, on a connu des problèmes de livraisons face à la demande, le marché s'est rétracté. Avec l'invasion de l'Ukraine et

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 17 novembre 2026

l'inflation, le coût des matières premières a grimpé et on a subi une baisse de -30% de la production. Quand je suis arrivé aux commandes, j'ai dû adapter les tarifs et réduire les coûts notamment par la robotisation pour recréer la croissance. »



600 salariés sur les 3 sites vauclusiens

Et il y est arrivé : « Les volumes ont été redressés (+5,5%), nous avons vendu 10 millions d'unités (flacons, packs, sachets), nous sommes passés d'un chiffre d'affaires de 370M€ en 2022 à 404M€ en 2023. Les effectifs restent stables, ils tournent autour de 600 salariés sur les 3 sites vauclusiens et un millier d'emplois en France entre les magasins et les commerciaux qui quadrillent l'hexagone pour vendre « nos Herbes de Provence – Label Rouge-, notre piment, curcuma, paprika, curry, ras el-hanout. »

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 17 novembre 2026



Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 17 novembre 2026

« Notre département R&D va voir en 2026 son budget d'investissement passer de 2,5% à 3,6%. »

Arnaud Ronssin, directeur général France de McCormick

Augmentation du budget R&D

Arnaud Ronssin poursuit : « Notre premier levier, c'est la croissance et elle est boostée par l'innovation. Notre département R&D (Recherche et développement) va voir en 2026 son budget d'investissement passer de 2,5% à 3,6%. Nous avons déjà lancé la sauce piquante Cholula et nous allons proposer des moulins de 18 cm pour poivre mais aussi Sel de Camargue, d'Himalaya et de Guérande. On innove avec un kit Fajita et ses saveurs typiques mexicaines. Côté Vahiné, des ferments lactiques pour yaourts-maison, nature, citron et vanille, des brisures de chocolats pour cookies et des sachets '3 en 1' pour muffins, crêpes et gaufres. »

Encore 1 200 points de vente à conquérir

Le DG de McCormick France continue : « Notre deuxième levier est de vendre davantage. Il y a 1 200 magasins qui n'ont pas encore de Ducros et de Vahiné en rayons. Donc, nous devons convaincre les consommateurs de nous choisir en nous adossant par exemple à l'enseigne 'Grand Frais'. Troisième axe de notre force de frappe, la croissance. Et on revient à nos fondamentaux, aux slogans qui ont marqué, qui sont notre ADN, 'Ducros, c'est pour vous qu'il se décarcasse' et 'Vahiné, c'est gonflé' avec des campagnes de pub. Notre souci en ce moment, c'est l'explosion du prix du chocolat qui a été multiplié par deux, or on ne peut pas répercuter une telle hausse sur nos produits. Nous allons faire le dos rond pour préserver nos équilibres. »







Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 17 novembre 2026

10 000 échantillons analysés chaque année à Carpentras

Les atouts de McCormick sont nombreux. Une qualité des produits (grains, racines, feuilles), de leur origine, de leur traçabilité, quel que soit le pays où on les achète, avec des contrats signés avec les producteurs en Asie, en Amérique du Sud ou en Afrique qui leur assurent des débouchés réguliers. Un laboratoire organoleptique, installé à Carpentras, qui analyse 10 000 échantillons par an et garantit la sécurité alimentaire. 40% des poivres et aromates sont exportés, 15% des aides à la pâtisserie.

« Les préparateurs de livraisons, des services de logistiques sont hyper-rapides, ils sont une force majeure de vente pour McCormick » insiste le patron, qui salue le travail de ses équipes à tous les niveaux de production.

Recettes exotiques, thaï, indienne, marocaine, orientale, créole, chinoise, pour BBQ, aides à la pâtisserie avec fruits secs, vermicelles, caramel, crème de coco, nappages, tout est fait pour apporter un supplément de saveurs et provoquer une 'explosion' de goûts.



Crédit : DR/Ducros

Quelle compétitivité pour les sites français ?

Mais Arnaud Ronssin, qui fait partie d'un groupe implanté dans le monde entier, s'inquiète du coût horaire de la main d'œuvre en France : 42€ avec toutes les charges sociales, alors qu'il n'est que de 13€ en Pologne et 7€ en Bulgarie, donc au sein de la même Communauté Européenne. Et il passe en revue le montant de la dette qui a explosé depuis les années 1980. Quant aux taux de prélèvements, « Ils sont passés de 782 milliards d'euros en 2018 à 928Md€ en 2024, alors que les services publics s'effilochent et que les tensions sociales s'exacerbent ». A priori, cela ne favorise pas la consommation et la croissance. Mais malgré tout, McCormick France réussit le tour de force d'avoir un chiffre d'affaires qui progresse d'année en année, 353M€ en 2019, 389M€ en 2021. Et le résultat net s'affiche à 14,8M€ en 2023.

McCormick a accueilli une cinquantaine d'enfants pour les goûters du cœur Vahiné