

THE BEST OF CULTURE & ART DE VIVRE

FRANCE-AMÉRIQUE



March 2016
Guide TV5Monde

Volume 9, No. 3 USD 8.00 / C\$ 10.60



FRENCH THEORY
THE CULT OF FRENCH INTELLECTUALS

SÉRIE NOIRE
CRIME NOVELS THAT KEEP YOU UP AT NIGHT

THE OTHER PARIS
UNDERGROUND AND ANARCHISTIC

O. TALLEC

GOGO SQUEEZ



LA COMPOTE FRANÇAISE QUI SÉDUIT LES AMÉRICAINS

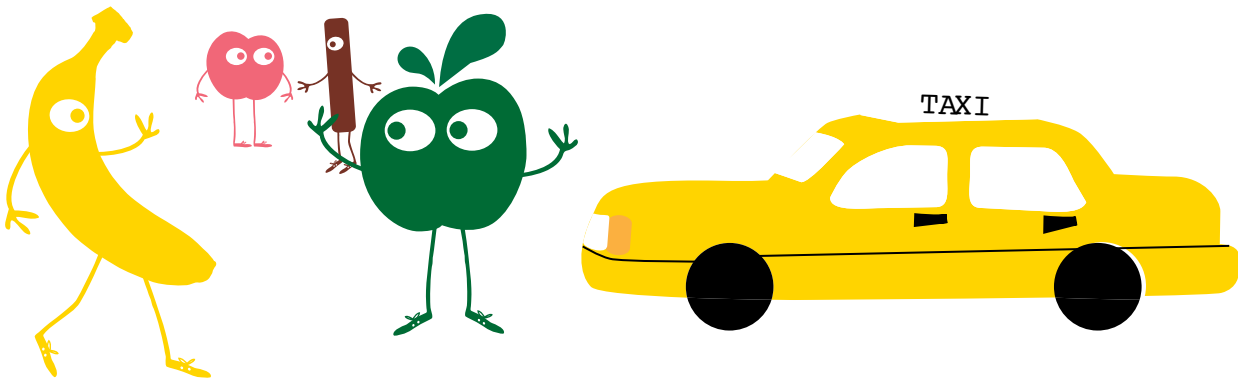
AMERICA GOES BANANAS OVER
FRENCH APPLESAUCE



By Clément Thiery / Translated from French by Alexander Uff

En 2008, la compote de pommes en gourde est un produit inconnu aux États-Unis. Mais aujourd’hui, avec 444 millions de compotes vendues chaque année, GoGo squeeZ—la filiale américaine de Pom’Potes—est la première sur le marché américain. La recette de son succès ? Elle est nutritive et portable.

Applesauce pouches were unheard of in the United States in 2008, and today 444 million pouches are sold every year. GoGo squeeZ – the American subsidiary of the French company Pom’Potes – is the leader on the American market, and its nutritious, portable snacks are a recipe for success.



En 1998, l'entreprise de transformation de fruits Materne lance en France Pom'Potes, une ligne de compotes à boire. Le parti pris de la marque est d'offrir un goûter sain aux enfants. Les fruits naturels et sans sucre ajouté séduisent les mamans ; le petit format au design coloré plaît aux enfants. Les écoliers répètent le slogan comme une chanson : « Pom'Potes sans les mains, Pom'Potes à l'envers, Pom'Potes sous l'eau ».

Materne rejoint le groupe MOM (Materne Mont Blanc) en 2006 ; la marque abandonne la fabrication de confitures et autres produits à base de fruits pour se concentrer sur le *snacking* sain. Pour accroître son activité, jusqu'ici exclusivement française, Materne se tourne vers l'international. « Notre logique était de cibler en priorité les pays où la compote de pommes est perçue de la même manière qu'en France », explique Michel Larroche, le PDG du groupe MOM. « Les États-Unis, le Canada et le Mexique. »

« On est arrivé comme des blancs-becs », sourit Michel Larroche dans son bureau new-yorkais avec vue sur le MetLife Building. Sans réelle expérience du marché américain, Materne s'appuie sur son expérience française pour convaincre. « On pouvait montrer à la distribution américaine comment les compotes à emporter s'étaient imposées en France et que la même chose pouvait se passer aux États-Unis. » Intéressées par une idée étrangère aux États-Unis, les chaînes de supermarchés Whole Foods et Harris Teeter donnent sa chance à GoGo squeeZ.

The fruit processing company Materne launched a line of drinkable fruit sauces called Pom'Potes in France in 1998. The brand's angle was to offer children healthy snacks. The natural fruits with no added sugar won over parents, the small size and colorful design were a hit with the kids, and pupils all over the country began singing the company's catchy slogans.

Materne joined the MOM group (Materne Mont Blanc) in 2006, and the brand set aside its production of preserves and other fruit-based products to focus fully on healthy snacks. Materne then turned to the international market to diversify and grow its French activity. "Our priority targets were countries where fruit pouches were seen in the same way as in France", says Michel Larroche, CEO of the MOM group. "We started with the United States, Canada and Mexico."

"We were complete novices at the start", says Michel Larroche with a smile, sitting in his New York office looking over the MetLife Building. Materne lacked any real knowledge of the American market, and so based its marketing strategy on its experience in France. "We were able to show U.S. distribution companies how fruit pouches had positioned themselves in France, and how our product could enjoy the same performance in America." Superstore chains such as Whole Foods and Harris Teeter were drawn to the idea, and gave GoGo squeeZ a chance to prove itself. ●●●

Les premières caisses de compote, produites à Boué dans l'Aisne, arrivent aux États-Unis en avril 2008. La marque démarre lentement : les gourdes sont vendues individuellement, puis par quatre, dans une sélection de grandes surfaces test sur la côte Est. Le lancement de GoGo squeeZ aux États-Unis coïncide avec un essor du débat sur la santé. Les consommateurs font de plus en plus attention à ce qu'ils achètent et ingèrent, Michelle Obama lance la campagne « Let's Move » —le « Manger-Bouger » américain—et sodas, confiseries et restauration rapide deviennent « le nouveau tabac ».

La liste des ingrédients qui entrent dans la composition d'une gourde de GoGo squeeZ est volontairement courte : pommes, jus de pomme concentré. Pour satisfaire le public américain, plus exigeant, les produits GoGo squeeZ sont 100% naturels, sans OGM, sans gluten, sans produits laitiers, sans fruits à coque, sans allergènes et certifiés kasher. GoGo squeeZ, enfin, propose également une gamme de compotes biologiques. « Dès le départ, on s'est positionné comme un produit sympa, portable et qui donne envie aux enfants de manger des fruits ; on a souhaité devenir un produit de grande consommation américain. »

« Un marché en pleine croissance »

En 2010, le magazine féminin *Women's Health* inclut la gourde de Materne dans sa sélection de « 125 produits emballés à manger sur le pouce ». L'année suivante, les supermarchés Walmart s'engagent à réduire le taux de sucre, de sel et de graisse de leurs produits et passent un accord de distribution avec GoGo squeeZ. Les gourdes de compote sont aujourd'hui vendues dans les cinquante États américains, en grandes surfaces mais aussi dans les chaînes de restauration rapide, les cafétérias, les cantines d'entreprises et les parcs d'attractions. GoGo squeeZ détient 60% du marché américain des purées de fruits à boire.

●●● The first batches produced in Boué, in the Aisne *département*, arrived in the United States in April 2008. The brand got off to a slow start, selling the pouches individually at first, then in packs of four, in a selection of test superstores on the East Coast. The U.S. launch of GoGo squeeZ coincided with the start of heated debates on health. Consumers began making increasingly careful decisions about what they purchased, ate and drank, Michelle Obama launched the “Let's Move” campaign and soda, candy and fast food became “the new tobacco”.

The ingredients used to make a pouch of GoGo squeeZ are minimal for a reason, and only include apples and concentrated apple juice. In an effort to satisfy the growing demands of the American public, GoGo squeeZ pouches are 100% natural, contain no GMOs, gluten, dairy products, nuts or allergens, and are kosher certified. The brand also offers a range of organic pouches. “We immediately positioned ourselves as an approachable, portable product that made children want to eat fruit. We wanted to reach the status of major consumer goods in America.”

“A rapidly expanding market”

The magazine *Women's Health* listed the GoGo squeeZ pouch in its 2010 selection of “125 Best Packaged Foods for Women” in its “Fruits and Veggies” category. Walmart announced its commitment to reducing sugar, salt and fat in their products the following year, and signed a distribution agreement with GoGo squeeZ. The pouches are now sold in all 50 states in the U.S.A., and are available in superstores, fast-food chains, cafeterias, company canteens and theme parks. GoGo squeeZ currently holds a 60% share of the drinkable fruit sauce market in the United States. ●●●

AVEC 444 MILLIONS DE GOURDES VENDUES CHAQUE ANNÉE, GOGO SQUEEZ EST LE LEADER DE LA COMPOTE À BOIRE AUX ÉTATS-UNIS

Pour faire face à l'accroissement de la demande, Materne s'installe aux États-Unis : une première usine est ouverte à Traverse City, dans le Michigan, en 2009, puis une seconde à Nampa, dans l'Idaho, en 2014. Bénéficiant d'un climat similaire—très froid en hiver, sec en été—et d'une excellente irrigation, grâce au lac Michigan et aux ruisseaux des Montagnes Rocheuses, les deux sites sont propices à l'agriculture biologique et fournissent 90 à 95% de la production de pommes traitée par Materne aux États-Unis.

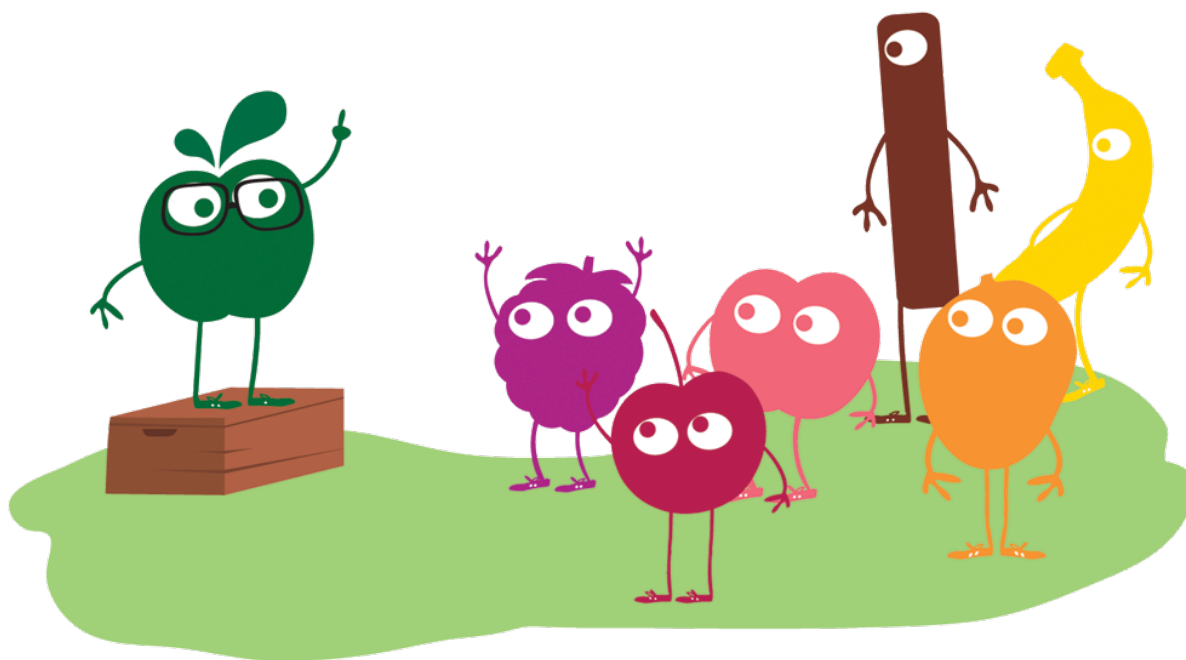
Afin de proposer un produit au goût constant, la recette des compotes Materne évolue au fil des saisons et tient compte des variétés de pommes disponibles aux États-Unis. À la manière d'un viticulteur qui assemble plusieurs cépages, GoGo squeeZ sélectionne quatre ou cinq types de pommes parmi une dizaine de variétés et « travaille sur les proportions » pour obtenir un « équilibre entre l'acidité d'une Granny Smith et le sucré d'une Fuji ». Délai pour transformer une pomme entière en une gourde de 90 g de compote : une heure.

Avec près de 400 employés entre New York, le Michigan et l'Idaho—dont 5% de Français—, Materne cultive une image multiculturelle, alliant « l'esprit critique et analytique français » avec « l'optimisme à toute épreuve et l'esprit d'entreprise américain ». Les équipes dirigeantes circulent entre les sites américains et les sites français.

... Materne moved part of its operations to America to manage the growing demand, and opened its first factory in Traverse City, Michigan, in 2009. A second followed in Nampa, Idaho, in 2014. Thanks to the similar climate offering very cold winters and very dry summers, and an excellent irrigation from Lake Michigan and the Rocky Mountains respectively, both sites enjoy ideal conditions for organic agriculture and provide between 90% and 95% of the apples used by Materne in the United States.

The recipe for Materne's fruit sauces changes in line with the seasons and takes into account the apple varieties available in the United States in order to offer a consistent taste. In the same way wine-makers combine different grape types, GoGo squeeZ selects four or five sorts of apples from around ten different varieties, and "works the proportions" to achieve a "balance between the sourness of a Granny Smith and the sweetness of a Fuji". Transforming an entire apple into a 90g pouch of applesauce takes around one hour.

Materne employs just over 400 people between New York, Michigan and Idaho – 5% of whom are French. The brand promotes a multicultural image, combining "the critical, analytical spirit of the French" with "the unfailing optimism and entrepreneurial spirit of the Americans". The management teams divide their time between the sites in France and America. ...



En parallèle de son activité de production, GoGo squeeZ finance des associations comme Action for Healthy Kids qui mènent dans les écoles américaines des campagnes de sensibilisation à la nutrition, d'éducation culinaire et de promotion de l'activité physique.

Avec 444 millions de gourdes vendues chaque année, GoGo squeeZ se place en tête d'un marché qui pourrait atteindre 3,7 milliards de gourdes par an. En attendant, Materne cherche à étendre son offre de produits aux adultes, qui représentent actuellement 20% du public de la marque, et à multiplier pour les enfants les « occasions de consommation ». Une ligne de yaourts à boire, YogurtZ, a été lancée en février. Ensuite, s'interroge Michel Larroche, une compote de pommes à la bouche, « qu'est-ce qu'on pourrait apporter pour le petit déjeuner ? » ■

●●● As well as its production activity, GoGo squeeZ finances charities such as Action for Healthy Kids, which rolls out campaigns in schools to promote nutrition awareness, food education and physical activity

With annual U.S. sales of 444 million pouches, GoGo squeeZ is the leading brand in a market that could potentially grow to 3.7 billion pouches per year in America alone. In the meantime, Materne is looking to expand its product offer to appeal to more adults, who currently make up 20% of the brand's consumer base, and create more "consumer opportunities" for children. A line of drinkable yoghurts, "YogurtZ", was launched in February 2016, for example. As he enjoys one of the brand's iconic applesauce pouches, Michel Larroche ponders the next step. "What can GoGo squeeZ bring to the breakfast table?" ■