



Les chocolats Réauté ont reconquis leurs clients

Nouvelles recettes, nouveaux packagings, nouveaux magasins. Depuis un an, le fabricant de chocolats et de gâteaux, basé en Mayenne, a mis le paquet. Résultat : les clients affluent.

Les deux petits derniers ont ouvert fin novembre. L'un à Soyaux, en Charente, l'autre à Rezé, en Loire-Atlantique. « On a ouvert quatre magasins en un an. Et l'objectif est d'accélérer le rythme en 2017 », affiche Bruno Demezet, le directeur marketing et réseau des chocolats Réauté depuis octobre 2015. Aujourd'hui, l'entreprise, basée à Azé, près de Château-Gontier en Mayenne, compte cinquante-quatre magasins en France. Et depuis un an, elle remonte la pente. Que ce soit au niveau de la fréquentation comme du chiffre d'affaires. Des premiers résultats « extrêmement positifs », après plusieurs années difficiles.

Rachetée en 2015

Entreprise familiale fondée en 1954 par les boulangers Madeleine et Roland Réauté, la société se spécialise dans le chocolat en 1989, avec les enfants des fondateurs. Ils ouvrent un premier magasin en 2008. Mais en mars 2015, l'entreprise est placée en redressement judiciaire. Elle est rachetée en juillet de la même année par le groupe Buton, professionnel de la pâtisserie et de la biscuiterie basé en Loire-Atlantique.

Le nouveau PDG, Christian Buton, injecte un million d'euros pour le matériel et cinq autres pour alléger les dettes et créer de nouveaux biscuits et chocolats. « Une étude a été faite auprès de 10 000 clients pour développer des produits qui correspondent à leurs attentes », explique Bruno Demezet. Les nouveautés



Environ 60 millions de chocolats sont fabriqués par an en Mayenne chez Réauté chocolat.

fleurissent tous les quinze jours. « Ça change et ça se voit au quotidien dans les magasins... »

Depuis la reprise, sept personnes ont été embauchées à la biscuiterie, dix au siège pour des postes de marketing et de développement. Trois cents personnes travaillent chaque jour pour la marque. Sans compter les « 250 intérimaires en production

et en magasin », embauchés pour la période de Noël.

Noël, « c'est un tiers du chiffre d'affaires de l'année ». Et environ 300 000 clients. Cette année, « il y a une centaine de produits nouveaux », annonce Bruno Demezet. Avec une demande précise des clients : « Des ballotins de bonbons de chocolat. »

En 2017, « l'innovation va continuer, le plan des nouveautés est déjà écrit ». Et, surtout, l'entreprise va participer à la course The Bridge, qui verra s'affronter, en juin 2017, le paquebot *Queen Mary 2* et des multicoques entre Saint-Nazaire et New York. Une nouvelle étape pour renforcer sa notoriété.

Tatiana GUESDON.