Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par Linda Mansouri le 25 octobre 2021

Le Comptoir de Mathilde : l'empire gourmand qui fait fondre les Français



Le seuil des 100 boutiques franchi, 25 millions de chiffre d'affaires et une licence avec le plus célèbre des apprentis sorciers. Plongez dans l'inimitable audace de Richard Fournier, fondateur du Comptoir de Mathilde.

Un ballon de rugby signé Sébastien Chabal, le disque en or du meilleur patron de l'année et les photos d'une jolie tribu. Voilà les quelques totems qui trônent dans le bureau du leader de l'épicerie fine française. « Je tiens à préciser que je suis Stéphanois », s'exclame le natif de Saint-Etienne en préambule. Tenue décontractée, sourire réconfortant et regard bleu azur. Derrière l'apparence 'casual' se cache un homme redoutable, dont la pugnacité et le labeur ont propulsé une petite boutique saisonnière en franchise colossale. Un Zuckerberg français de l'épicerie fine, se mouvant dans les 24.000 m2 du siège social de Camaret-sur-Aigues. Le Comptoir de Mathilde fabrique plus de 80% de ses recettes dans cet écrin des délices. Son crédo ? Une épicerie fine artisanale, accessible à tous et Made in France.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839
Pour toujours en savoir plus, lisez **www.echodumardi.com**, le seul média économique 100% Vaucluse habilité à publier les annonces légales, les appels d'offres et les ventes aux enchères !

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par Linda Mansouri le 25 octobre 2021

A peine le pied posé dans le hall d'accueil que l'enseigne vous transporte dans son univers. Un pot de pâte à tartiner iconique immense, l'irrésistible 'hot chocolate' avec la cuillère en bois et un 'show room' exposant les 1001 gourmandises. Au centre, un mystérieux jeune homme brun brandissant une baguette… Les collaborateurs font des 'brain storming', les bureaux sont modernes autant que chaleureux.

Avec son chocolat de grignotage, sa pâte à tartiner haut de gamme, ses alcools de spécialité et ses condiments, Le Comptoir de Mathilde propose un concept de boutique unique façon 'retour aux sources' : décoration basée sur du bois de recyclage, décors anciens, bande son nostalgique… L'affaire est prospère. 25M€ de chiffre d'affaires en 2021 (50% franchise, 35% BtoB, 10% export), 2 400 revendeurs et pas moins de 120 collaborateurs. Outre la présence dans les boutiques de la franchise, les fabrications peuplent les magasins de produits régionaux, les épiceries fines, les cavistes ou encore les boutiques de décoration avec un corner alimentation fine.



Mettons fin au suspense insoutenable… Harry Potter s'invite bel et bien en boutique ! Crédit photo:

Pour toujours en savoir plus, lisez **www.echodumardi.com**, le seul média économique 100% Vaucluse habilité à publier les annonces légales, les appels d'offres et les ventes aux enchères !

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par Linda Mansouri le 25 octobre 2021

Linda Mansouri

Tout commence dans les foires et salons

« Certaines personnalités politiques sont déconnectées de la réalité et de la pénibilité du travail », nous confie le chef d'entreprise. La besogne, Richard Fournier l'a épousée très tôt. On ne compte plus les salons et les marchés écumés dans le globe pour vendre ses produits et multiplier les contacts. Le stéphanois a eu 1000 vies. Des voyages dans le monde entier et une société au Guatemala pendant 3 ans dans la senteur. Très tôt, il fonde 'Plantes et parfums de Provence' qu'il revend, aujourd'hui à Sablet. Le Comptoir de Mathilde ? « Le fruit de 20 ans d'entrepreneuriat », précise le fondateur qui a créé pas moins de 14 sociétés.

En 2007, la page des fragrances se tourne pour laisser place à une première boutique de produits artisanaux à Nyons, gérée avec son épouse. Un « petit magasin saisonnier qui fonctionne », avec ses propres fabrications dont l'emblématique Baba au rhum. Mais également des apéritifs et des liqueurs, des produits régionaux, des condiments, des épices, tous commercialisés sous la marque Le Comptoir de Mathilde. Pourquoi Mathilde et pas Janine ? Du nom de sa grand-mère, formidable boulangère dont l'aura ne cesse d'imprégner l'aventure. « J'ai aussi ouvert à Vaison-la-Romaine une autre boutique saisonnière. Nous n'avions pas suffisamment d'argent alors nous louions plutôt que d'acheter », se remémore le chef d'entreprise.

> « **Première fois de ma vie que je me plante.** »

Richard Fournier a par la suite des envies de large, l'export lui fait de l'œil en 2008. « Je fais un salon à l'étranger avec mon Baba au rhum, première fois de ma vie que je me plante. Je ne rencontre pas du tout le succès et je me coltine 8h de camion pour redescendre d'Allemagne », nous confie-t-il. S'en suit une profonde réflexion dont vous connaissez l'épilogue. « Je veux faire du chocolat ! », s'exclamera le chef comme une fulgurance. Sa mère lui rétorquera tendrement : « tu vas te planter ». Fort de son audace, l'autodidacte sans aucune formation en poche veut « faire les choses différemment ». A l'époque, les produits chocolatiers sont référencés dans quelques boutiques artisanales triées sur le volet ou bien dans les grandes surfaces. Mais au milieu, il n'y a personne. La fenêtre de tir est trouvée.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par Linda Mansouri le 25 octobre 2021



Les entrepôts se nichent sur 12 hectares de terrain et abritent notamment les marchandises à destination des franchisés. Crédit photo: Linda Mansouri

Quand le chocolat ouvre des portes

Richard Fournier, petit-fils de chocolatier, décide alors de revisiter les grands classiques du chocolat. L'entrepreneur crée sa propre pâte à tartiner composée de noisettes IGP du Piémont d'Italie. La qualité est à la hauteur des ambitions : sans huile de palme, sans OGM et à forte teneur en pâte de noisettes. La 'hot chocolate', les sucettes, les tablettes, le chocolat à casser avec maillet, autant de nouvelles créations ludiques qui bouleversent le marché et se vendent comme des petits pains.

« Le chocolat nous a ouvert les portes. J'ai conçu des produits que même les chocolatiers ne faisaient pas », souligne Richard Fournier qui intensifie alors le labeur de terrain dans les salons. 200 clients en moyenne sont conquis par participation, soit une bonne frange de la clientèle BtoB en France et dans le monde. Dans le même temps, l'entrepreneur affine son concept de magasin et laisse la porte ouverte à

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par Linda Mansouri le 25 octobre 2021

l'idée de franchise qui fait son nid.

« **Je n'ai jamais fait de publicité pour prospecter des franchisés.** »

Viendra ensuite un projet d'envergure, une vaste manufacture de 3800m2 voit le jour à Tulette en 2012. La fabrication peut enfin s'épanouir. L'entrepreneur se renseigne, apprend et explore l'univers de la franchise. Il tente une première fois. « C'était trop tôt. Je n'étais pas prêt. Vous savez, j'ai fait toutes les bêtises possibles », se confie le patron avec une humilité désarmante. Qu'à cela ne tienne, un développeur lui apprendra tous les codes indispensables et les premiers magasins franchisés brilleront de réussite à Nice puis à Montpellier.

La demande des franchisés est naturelle, des profils commerçants tapent régulièrement à la porte pour participer à cette aventure et implanter l'enseigne dans leur ville. « Je n'ai jamais fait de publicité pour prospecter des franchisés », précise Richard Fournier. Ce qui différencie l'enseigne de ses confrères sur le marché ? Les plus de 600 références ne sont pas uniquement axées sur le chocolat. L'offre est généraliste pour combler tous les goûts en sucré et salé. Pour accompagner la croissance exponentielle, le Comptoir de Mathilde déménage par la suite son site de production de la Drôme à Camaret-sur-Aigues. Ce projet d'agrandissement donne naissance à ce gigantesque siège avec entrepôt logistique, pour un investissement de plus de 10 millions d'euros.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par Linda Mansouri le 25 octobre 2021



Qui n'a pas déjà goûté la pâte à tartiner sur la gauche ? Crédit photo: Linda Mansouri

17 ouvertures en moyenne par an

Plus de 10 ans après l'ouverture de la 1e boutique à Nyons, Le Comptoir de Mathilde inaugurait le 7 octobre dernier l'ouverture de sa 100e boutique à Dijon. Conforté par la réussite de ses délices, Richard voit les chiffres en grand : 100 boutiques supplémentaires d'ici 5 ans, 30 boutiques en Europe. La marque a fortement accéléré sa croissance dans le monde du retail. L'enseigne s'implantera prochainement à Bruges et Bruxelles, en Roumanie, aux Antilles et à la Réunion. Le fondateur table sur un CA de 50M€ d'ici 5 ans, avec notamment le lancement d'une nouvelle marque.

Inédit : Harry Potter s'invite en boutique

Un « pari audacieux », Richard Fournier n'y croyait pas du tout. Du côté de Warner Bros, la question se posait de faire la première licence 'food européenne' autour de l'univers Harry Potter. « Nous sommes

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839
Pour toujours en savoir plus, lisez **www.echodumardi.com**, le seul média économique 100% Vaucluse habilité à publier les annonces légales, les appels d'offres et les ventes aux enchères !

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par Linda Mansouri le 25 octobre 2021

tombés en plein cœur de cette réflexion. Ils ont étudié notre demande et nous ont sélectionnés car nos deux univers étaient compatibles. » Un coup de génie aux allures de David contre Goliath. L'enseigne française en compétition avec des monstres internationaux réussit le pari de faire de l'œil à J.K. Rowling en personne, qui appose sa signature sur tous les projets de développement. La presse en parle, les événements de promotion se multiplient dans les boutiques du réseau, un formidable boost de notoriété. « Evidemment, les droits sont très coûteux, mais tout l'enjeu est d'exploiter cet univers durant deux ans et demie », projette le fondateur.



Crédit: Le Comptoir de Mathilde

« Synonyme de qualité et de créativité, Le Comptoir de Mathilde, s'est imposé comme le partenaire idéal pour offrir aux fans la possibilité de déguster les symboles d'Harry Potter qui leur sont chers en chocolat » , explique Grégory Schuber, Vice-Président parketing Warner Bros France Benelux. Une licence food exclusive qui reflète « une formidable reconnaissance envers notre spécialité chocolat », abonde Richard Fournier.

Des produits sont disponibles dans les 100 boutiques Le Comptoir de Mathilde ou sur l'eshop www.lecomptoirdemathilde.com. Avec notamment le célèbre Vif d'or du « Quidditch », chocolaté qui cache une surprise gourmande à l'intérieur. Une fois le chocolat fondu dans le lait chaud, laissez la magie opérer… Le catalogue des produits à découvrir en cliquant ici.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par Linda Mansouri le 25 octobre 2021



Crédit: Le Comptoir de Mathilde

« La moitié de notre CA est fait sur octobre, novembre et décembre. »

L'objectif désormais ? Développer la clientèle internationale. Richard Fournier a par ailleurs recruté des commerciaux et un directeur commercial sur la partie BtoB. Sur le site de Camaret, les effectifs connaissent un pic sur la 2e partie de l'année jusqu'à atteindre 180 collaborateurs, principalement des intérimaires. « On attaque en juillet la fabrication pour Noël. La moitié de notre chiffre d'affaires est fait

Pour toujours en savoir plus, lisez **www.echodumardi.com**, le seul média économique 100% Vaucluse habilité à publier les annonces légales, les appels d'offres et les ventes aux enchères !

Ecrit par Linda Mansouri le 25 octobre 2021

sur octobre, novembre et décembre », nous explique-t-il.

Devenir franchisé

La franchise Le Comptoir de Mathilde séduit : chiffre d'affaires minimum de 300 000€ HT, marge brute de 55% et frais de personnel contenus, droit d'entrée de 18 000€ HT. Alors, comment devenir franchisé ? Idéalement, dans les villes moyennes et grandes à partir de 80 000 habitants, dans un centre commercial locomotive de sa zone ou encore dans une ville de taille plus réduite mais à fort flux passant.

« Il est intéressant de sélectionner un emplacement de minimum 50 m2 en surface de vente et 5m de vitrine, avec un flux regroupant à la fois une clientèle locale et une clientèle de passage », explique Richard Fournier. Tout au long du processus (de la sélection en passant par l'ouverture de la boutique), les franchisés sont accompagnés et guidés par les équipes Le Comptoir de Mathilde.

Pour toujours en savoir plus, lisez **www.echodumardi.com**, le seul média économique 100% Vaucluse habilité à publier les annonces légales, les appels d'offres et les ventes aux enchères !

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par Linda Mansouri le 25 octobre 2021



Pour toujours en savoir plus, lisez **www.echodumardi.com**, le seul média économique 100% Vaucluse habilité à publier les annonces légales, les appels d'offres et les ventes aux enchères !

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par Linda Mansouri le 25 octobre 2021

Ne dit-on pas que le bien-être des salariés contribue à la bonne santé de l'entreprise ? Crédit photo: Le Comptoir de Mathilde.

Et pour la suite ?

Création d'une deuxième marque et lancement de concepts polymorphe : « L'idée est de chercher un nouveau format, tel que le format kiosque qui peut être un relai de croissance intéressant. Nous testons le concept de 'coffee shop' pour l'horizon 2023. » Mais au fait, que devient l'entrepôt géant de Tulette ? « Il ne subsiste qu'une seule boutique sur les 3800m2 d'espaces vides. Nous allons lui donner une deuxième vie et l'agrandir pour créer un univers à part entière », poursuit le chef d'entreprise. Ce dernier entend créer une boutique de destination, un endroit incontournable comprenant un salon de thé et des animations pour les enfants. Un lieu ludique, pédagogique, dynamique et familial. Comme un air de Charlie et la Chocolaterie…

Découvrez tous les produits en cliquant ici. Siège social : 952 Chem. de Piolenc, 84850 Camaret-sur-Aigues