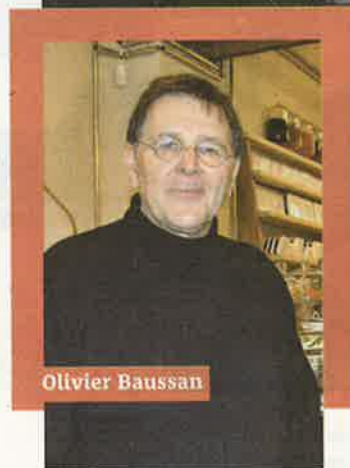


Confiserie du Roy René : «doubler notre chiffre d'affaires d'ici 5 ans»



Augmenter le nombre de visiteurs au sein de la fabrique.



Olivier Baussan

A L'OCCASION DE LA PRÉSENTATION DE LA NOUVELLE DIRECTRICE DE LA CONFISERIE DU ROY RENÉ, OLIVIER BAUSSAN, LE CRÉATEUR DE L'OCCITANE, A PRÉSENTÉ SES OBJECTIFS POUR L'INSTITUTION AIXOISE.

Depuis quelques mois, Olivier Baussan, créateur de l'Occitane en Provence, a repris la Confiserie du Roy René et ses célèbres calissons, rompant ainsi la tradition familiale entretenue par trois générations. Un changement d'odeurs et de saveurs pour le chef d'entreprise, mais avec toujours l'esprit Provence en ligne de mire. Aux manettes de la Confiserie depuis le 19 novembre, une femme, Laure Pierrisnard, directrice générale, qui travaille aux côtés d'Olivier Baussan depuis près de 15 ans.

TPBM: Comment voyez-vous l'avenir de l'entreprise ?

Olivier Baussan: Nous avons ouvert, en plein cœur d'Aix-en-Provence, cette nouvelle boutique de 80 m² pour avoir une emprise locale très forte dans la cité du Roi René, mais aussi

pour qu'elle serve de vitrine de promotion à travers le monde. Aujourd'hui, l'export représente seulement 5%. Notre volonté est de réaliser un tiers du chiffre d'affaires à

" NOUS VOULONS QUE LE CALISSON DEVIENNE UN PRODUIT DE LUXE "

l'export d'ici 5 ans. Autre objectif, celui de doubler notre chiffre d'affaires pour réaliser 20 millions d'euros d'ici cinq ans.

TPBM: Quelle est votre stratégie de développement ?

O. B.: Grâce à cette boutique, nous voulons que le calisson devienne un produit de luxe. Nous allons également développer le tou-

Carte d'identité

L'histoire a commencé en 1920. Trois générations se sont succédé à la tête de l'entreprise.

70 salariés à la fabrique.

Jusqu'à **110** en saison.

Volonté d'embaucher plus toute l'année.

1,5 tonne par jour de fabrication automatisée de calissons, l'emballage étant manuel.

50% du marché du calisson.

Chiffre d'affaires 2013/2014 :

11 millions d'euros,

en progression de **14%**

par rapport à l'exercice 2012/2013.

Et multiplié par 20 depuis 1973.

risme industriel pour les locaux comme pour les touristes. Depuis le début de l'été, nous avons accueilli 10.000 visiteurs à la fabrique. L'ambition est de multiplier ce nombre par dix pour atteindre les 100.000 visiteurs par an.

Nous allons poursuivre le développement des circuits en boutique et de manière traditionnelle chez les confiseurs, via les épicerie fines, etc. Dans des lieux où on peut jouer sur l'image du produit et raconter l'histoire du calisson. Même si la part de la grande



Gilles, le créateur de calissons.

Des collections au fil des saisons

Créer de nouvelles collections au fil des saisons, c'est l'affaire de Gilles, responsable R&D depuis six ans. Il propose désormais des calissons mêlant clémentine et fèves de cacao, châtaigne confite et gousse de Vanille de Madagascar, cerise du Luberon et rose de Vence ou encore framboise et thé Metcha... tout en restant le calisson d'Aix. « Nous avons fait l'effort de substituer une partie du melon comme le coing, la framboise, ou autres. D'ailleurs, il n'y a plus du tout de melon dans le calisson à la figue », explique le créateur, toujours à la recherche de nouveautés pour mettre en avant un produit du terroir, de qualité, tout en essayant de rester authentique et provençal. « Des calissons, j'en mange tous les jours. Je pense qu'il faut que tous les gens de l'usine en mangent un ou deux par jour, quelle que soit la fonction. » Une fois par semaine, un panel d'experts a la difficile mission de goûter les nouveautés.

distribution reste importante. Autre circuit d'avenir, celui du web, à développer, qui représente moins de 1%.

TPBM: Comment comptez-vous atteindre cet objectif ?

O. B.: Par l'export. Nous ciblons en priorité l'Asie, avec un développement de boutiques à Tokyo et Hong Kong, où la Provence a un

Initier une plantation d'amandiers

Relancer la culture d'amandiers, matière première pour fabriquer les calissons, c'est un des souhaits d'Olivier Baussan. Comme l'avait programmé son prédécesseur, Maurice Farine, il en plantera autour de la fabrique de La Calade à Aix-en-Provence. Mais le nouveau patron veut aller plus loin et être l'initiateur d'une plantation d'amandiers en Provence avec des partenaires agricoles. Une incitation pour relancer une économie rurale avec un engagement du client industriel pour que l'agriculteur ait bien conscience des débouchés.

■ Propos recueillis par Martine Debette



Laure Pierrisnard, directrice générale de la Confiserie du Roy René.

Laure Pierrisnard, transfuge de L'Occitane

Présentée comme « l'enfant du pays » par Olivier Baussan, originaire comme elle de Manosque, Laure Pierrisnard est sortie diplômée de l'Edhec en 1996. Elle débute sa carrière en tant que chef de produits chez Avon, où elle restera jusqu'en 2001, après avoir rejoint l'équipe Europe en Italie. Mais quand elle apprend que L'Occitane souhaite développer son réseau de boutiques à travers le monde, Laure Pierrisnard rentre en Provence et se voit adoubée chef de produits senior par Olivier Baussan. Son expérience et son investissement l'amènent à prendre de nouvelles responsabilités, en tant que directrice marketing international. Elle devient en 2010 directrice innovation et filiales durables. Lorsqu'il devient l'an dernier le nouvel actionnaire majoritaire de la Confiserie du Roy René, Olivier Baussan pense naturellement à elle et lui confie les clés de cette entreprise emblématique du territoire. La même année, elle reçoit également le grade de chevalier dans l'ordre national du Mérite agricole, « un vrai couronnement de ses engagements et de ceux de son équipe envers le monde agricole ». Son pari ? « Doubler le chiffre d'affaires pour les 100 ans du Roy René en 2020. » Ambitieux non ?

■ A. Z.