



© tcaron

REPÈRES

RAISON SOCIALE **SARL Chocolaterie Jean-Claude Berton**  
 ACTIVITÉ **Chocolaterie**  
 SIÈGE SOCIAL **Availles-en-Châtellerault (Vienne)**  
 DATE DE CRÉATION **2006**  
 DIRIGEANT **Jean-Claude Berton, 62 ans et Brigitte Berton, 60 ans**  
 EFFECTIF **7 personnes**  
 CA 2017 **470 k€ HT**

# Un chocolatier qui choisit ses clients

**Jean-Claude Berton a mis au point un chocolat bon pour la santé et s'applique à sensibiliser le public aux enjeux de la nutrition. Focus sur un artisan engagé qui a fait de l'innovation un instrument de réussite.**

**D**ifficultés à trouver le sommeil, problèmes intestinaux, petit moral? Si la médecine reste une clé pour préserver sa santé, d'autres options peuvent permettre de pallier ce problème. C'est du moins la conviction de Jean-Claude Berton.

Chocolatier près de Poitiers, il a mis au point un produit capable de procurer un mieux-être aux consommateurs. Sans prétendre se substituer aux remèdes traditionnels, son Omegachoco se veut bon pour la santé. Un "alicament" qui a cependant un prix. En effet, son panier moyen est (très) élevé: 115-120 euros (7,20 euros la tablette).

Pour l'artisan, tout commence dès l'enfance. «À l'âge de cinq ans, j'ai vu mon grand-père me choisir une pomme dans le verger. Il a frotté le fruit contre sa chemise. C'est là qu'in-

consciemment, j'ai compris l'importance de la santé», raconte cet amoureux des bonnes choses, qui affirme cette préoccupation durant sa formation – quitte à se faire reprendre par son maître d'apprentissage... Plus tard, en contact avec le milieu des vins de Bordeaux, il a l'idée de faire fermenter le cacao, comme le raisin. «La fermentation, c'est la base. Cela remet l'artisan au cœur de son métier. Il s'agit d'être un pétrisseur, pas un mélangeur. C'est cela, par exemple, qui fera qu'on n'obtiendra pas un pain trop acide», explique-t-il en substance.

## LE GOÛT À L'HONNEUR

Si cette sensibilité pour les produits bons pour la santé s'ancre en lui avec les années, elle l'inspire dans son métier. Le chocolatier, couronné par un prix Stars & Métiers en 2018, met en lumière des artisans remarquables, mène des recherches, avec le concours de professeurs et de cher-

cheurs rencontrés au fil du temps. Il met au point des procédés de fabrication inédits, par exemple, sur le concassage. Il crée et dépose une marque. Ce chocolat bon pour la santé représente aujourd'hui les trois quarts de son CA. Son autre réflexe business, explique-t-il, est de comprendre que «le consommateur est la clé de voûte de [ses] recherches». Il lance, dès 2006, les repères du goût, des formations auprès des jeunes pour les sensibiliser à ces questions, à la nutrition. «On ne pourra plus leur voler leur palais», fustige-t-il. Autres animations mises en place: des interventions sur des salons ainsi que des conférences thématiques ou encore des "shows chocolat", des interventions participatives dédiées à la transmission de son savoir. Prochaine étape: la mise en place de formations pour les métiers de bouche, en 2018-2019.

## À LA CONQUÊTE DU MONDE

En attendant, il s'attaque à la modernisation de sa communication, avec en ligne de mire l'international (2% du CA aujourd'hui). C'est ainsi par exemple qu'il revoit son packaging. Dans cette optique de conquête, il a, en 2017, embauché une responsable export. Sa fille va également rejoindre l'entreprise dans ce but. Un chocolatier qui veut faire fondre les frontières. ▲

©AMÉLIE MOYNOT

