



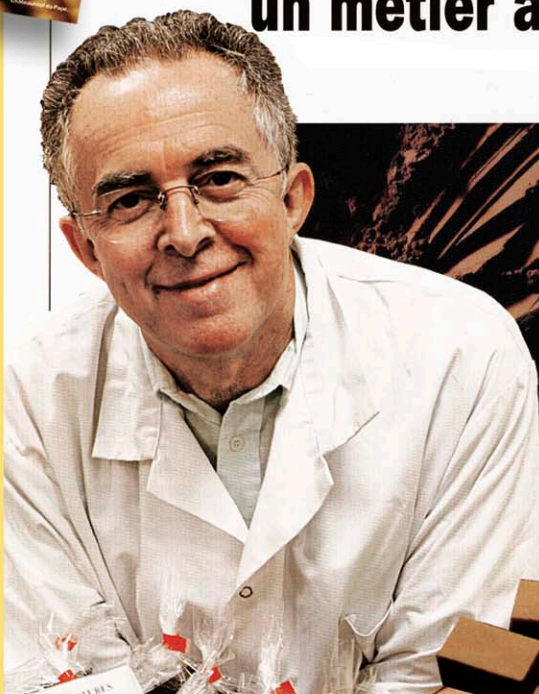
L'INDÉPENDANT

Métiers

Qualité en hausse, diversité des produits, formations performantes... et esprit de fête!

Chocolatier-confiseur : un métier à croquer !

PAR DIDIER LE GORREC



Bernard Castelain, chocolatier dans le Vaucluse :
« Les clients recherchent de plus en plus des produits qui ne sont pas trop sucrés, diététique oblige. Mais nous continuons avant tout à vendre du plaisir. »

Tout a commencé au XVI^e siècle. Le chocolat arrivait alors en Europe sous forme de boisson. Il fallut attendre le début du XIX^e siècle pour le voir se décliner sous la forme d'un produit à croquer, en tablettes. Un siècle plus tard est apparu le chocolat au lait.

Au fil des ans, ce secteur d'activité a évolué. « Depuis une quinzaine d'années, la fabrication du chocolat se concentre autour de quelques acteurs majeurs, indique Sylvain Margou, Secrétaire général de la Chambre syndicale nationale des chocolatiers. Il faut dire que les consommateurs ont évolué : ils exigent désormais des produits plus fins et plus sophistiqués. Il

est donc indispensable d'exploiter un chocolat de base irréprochable, lequel requiert une qualité mécanique très élevée. Les petites entreprises ne peuvent pas investir dans ces nouvelles technologies. C'est pourquoi il n'existe qu'une dizaine de fabricants de chocolat en France. » Ce qui n'empêche pas la profession de bien se porter. Même la mode « allégée » n'entame pas trop la passion des consommateurs et l'image qu'ils ont de cette matière gourmande.

Francis Boucher, président de la Confédération des chocolatiers et confiseurs de France, lui-même chocolatier-confiseur pendant 28 ans à Paris, confirme ce sentiment : « La notoriété du chocolat



Malgré une réglementation européenne très stricte, fabricants et transformateurs de chocolat doivent savoir répondre au goût toujours plus fin des consommateurs.

croît régulièrement.

Ainsi, durant mon expérience, je suis passé de confiseur-chocolatier à chocolatier-confiseur ! Le chocolat est en vogue grâce à une augmentation très nette de la qualité des produits et à la diversité de l'offre. La formation, plus adaptée et plus pointue, est un élément du succès de notre secteur. Même s'il reste toujours difficile de trouver du personnel qualifié. »

La boutique, un lieu privilégié pour acheter

En aval des fabricants, un millier de chocolatiers-confiseurs tiennent

boutique, dont certains se chargent de transformer eux-mêmes la pâte de cacao. Une infime proportion des ventes de chocolat passe par Internet. « Dans ce domaine, rien ne remplace la boutique, estime Bernard Castelain, artisan chocolatier à Châteauneuf-du-Pape, dans le Vaucluse, depuis dix ans. Plutôt qu'un canal de vente, le web représente selon moi un moyen de communiquer sur notre métier, de nous faire connaître, notamment par les touristes. » Même la grande distribution ne semble pas faire de l'ombre aux chocolatiers indépendants ou franchisés. « Elle représente, avec tout le commerce de proximité comme les distributeurs automatiques, un levier pour la profession, affirme Sylvain Margou. Ainsi, le marché du chocolat est stable. Si nous n'envisageons pas un développement marquant dans les prochaines années, nous espérons conserver cette stabilité. »