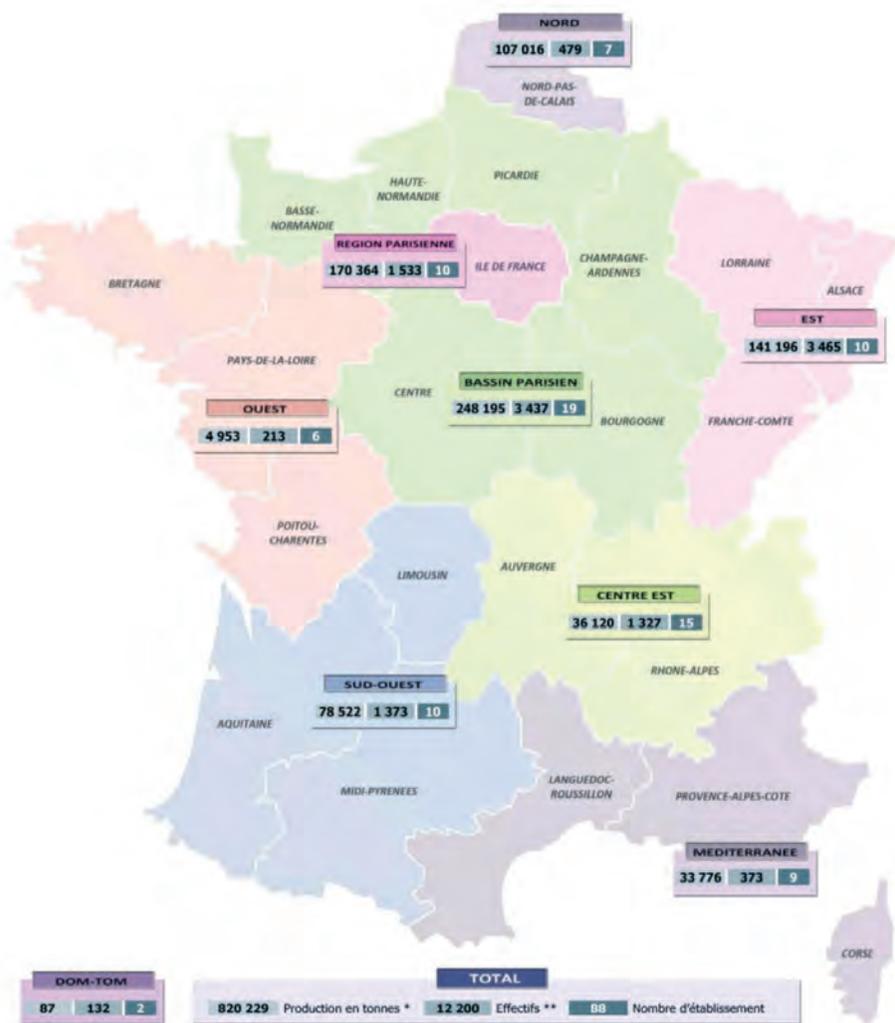


ÉTUDE DE MARCHÉ

Florence Pradier du Syndicat du Chocolat Alliance 7 est venue présenter, lors des dernières Assises des Chocolatiers Confiseurs de France, une étude sur la France et le chocolat en 2013. Le premier constat fait par Florence Pradier est que le marché du chocolat est stable. Il résiste bien à la crise et l'export offre de très belles perspectives.

par le Syndicat du Chocolat

LA FRANCE DU CHOCOLAT 2013



* Fabrication des entreprises enquêtées

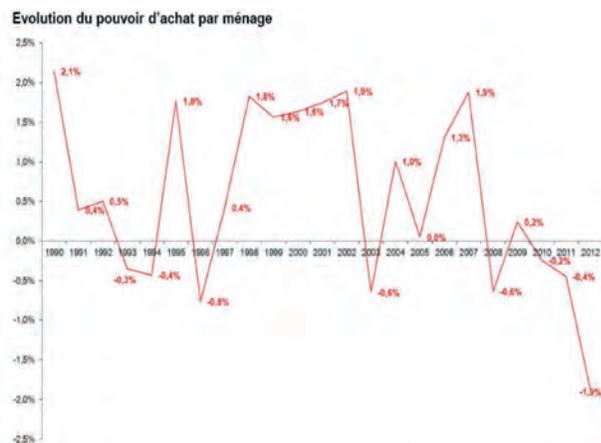
** Il faut ajouter à ce chiffre les artisans et les salariés des magasins spécialisés estimés à 18 000 personnes

Source : Syndicat du Chocolat d'après enquête auprès des adhérents et des non adhérents

1. ZOOM SUR LA CONSOMMATION ALIMENTAIRE

Des indicateurs mal orientés pour la consommation des ménages

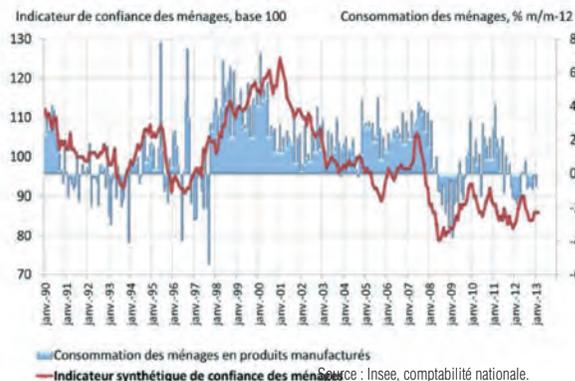
Baisse marquée du pouvoir d'achat en 2012



Source : Insee, comptabilité nationale.

Le moral des ménages au plus bas

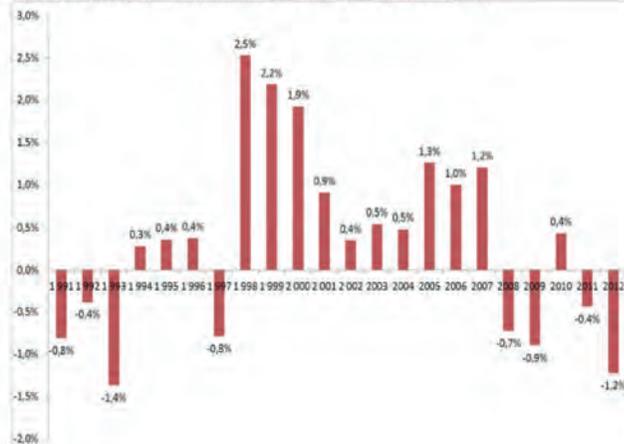
Indice de confiance des ménages



Les ménages consomment moins dans un contexte économique incertain.

La consommation des ménages en berne, y compris pour l'alimentaire

Evolution des dépenses de consommation par ménage en euros constants



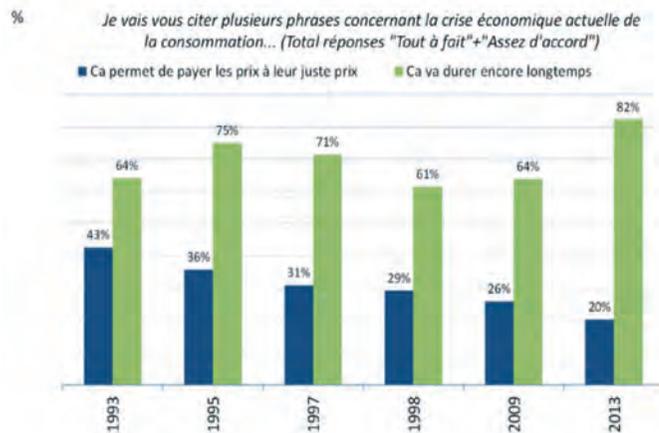
Les ménages font davantage attention à leurs dépenses.

2. LE CHOCOLAT VALEUR REFUGE : ASPECTS CONJONCTURELS

De quoi parle t'on ?

	2012	2011	2010
Valeur (chiffre d'affaires HT)	2 762 millions €	2 721 millions €	2 500 millions €
Tonnage	392 300 tonnes	383 700 tonnes	378 000 tonnes

Le consommateur est pessimiste

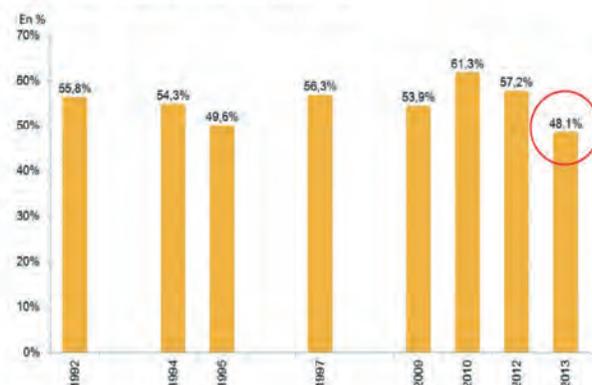


Crédoc, enquête consommation.

© Les Cahiers de la Consommation.

Les consommateurs moins enclins aux achats d'impulsion

Est-ce que vous faites des achats sur coup de tête ? Oui



Source : Credoc pour le syndicat du chocolat.

Les tablettes et les bouchées ont séduit plus d'acheteurs qui achètent davantage.

Dont produits saisonniers (2)	2012	2011	2010
Ventes de Noël	34 200 tonnes	34 300 tonnes	33 800 tonnes
Ventes de Pâques	14 700 tonnes	12 500 tonnes	13 400 tonnes

Source Syndicat du chocolat à partir des enquêtes conduites auprès des entreprises du secteur.

	2012	2011	2010
Tablettes	121 000	119 700	117 900
Bonbons de chocolat, bouchées, rochers	99 150	94 000	90 600
Barres	43 400	43 550	41 200
Cacao en poudre	53 250	53 900	56 300
Pâtes à tartiner	75 500	72 550	72 000
Total	392 300	383 700	378 000

Source Syndicat du chocolat à partir des enquêtes conduites auprès des entreprises du secteur.

LES CHIFFRES

26,6 millions

de ménages français sont venus au moins une fois acheter du chocolat au cours de l'année.

11,4 kg/an

110 € dépensés sur l'année

21 actes par an

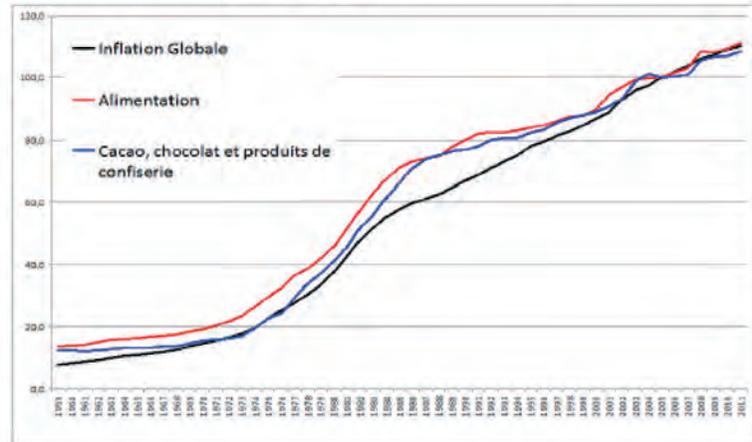


Et une évolution des prix consommateur inférieure à l'inflation sur les produits alimentaires...

CRÉDOC

Les prix des produits chocolatés et confiseries augmentent moins vite que l'inflation globale depuis 2005

Evolution de l'indice des prix à la consommation de l'ensemble de la consommation, des produits alimentaires et des « Cacao, chocolat et produits de confiserie » base 100 en 2005



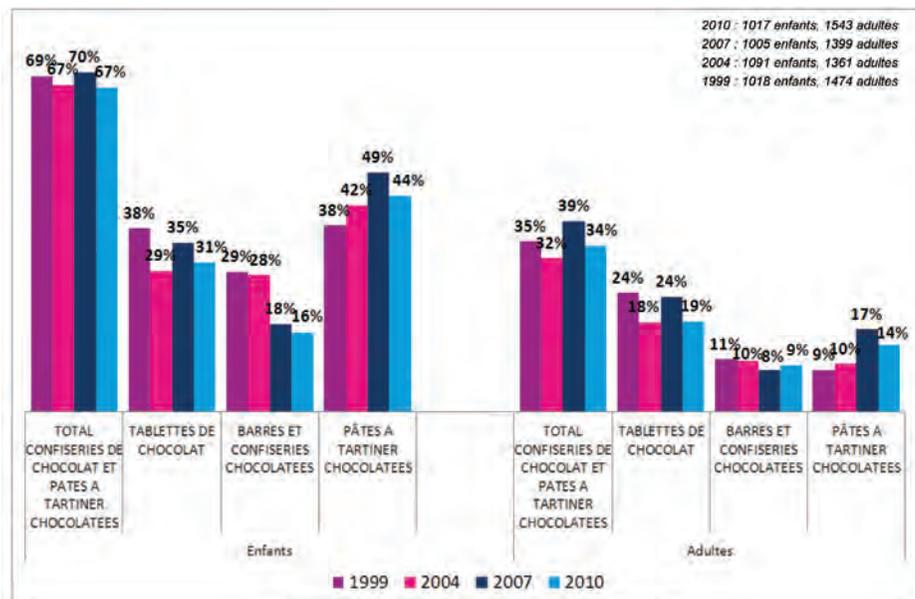
Source : Insee, comptabilité nationale.

3. UNE CONSOMMATION DE CHOCOLAT RAISONNABLE : ASPECTS STRUCTURELS

Environ 2 enfants sur 3 consomment du chocolat, principalement pendant le petit déjeuner et le goûter et environ 1 adulte sur 3 consomme du chocolat.

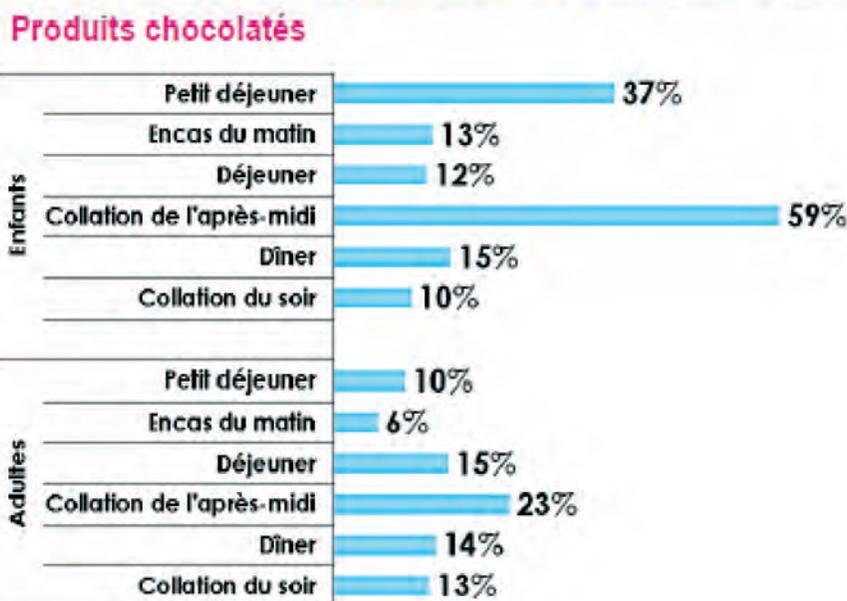
Taux de pénétration hebdomadaire

(% de consommateurs ayant consommé au moins une fois le produit concerné sur la semaine)



Source : CRÉDOC, Enquêtes INCA 1999, CCAF 2004, 2007 et 2010

Taux hebdomadaire de consommateurs (%) selon les occasions de consommation
 (% de consommateurs ayant consommé le produit au moins une fois dans la semaine d'enquête)



N= 1455 enfants (3-17 ans), 1895 adultes (18 ans et plus)

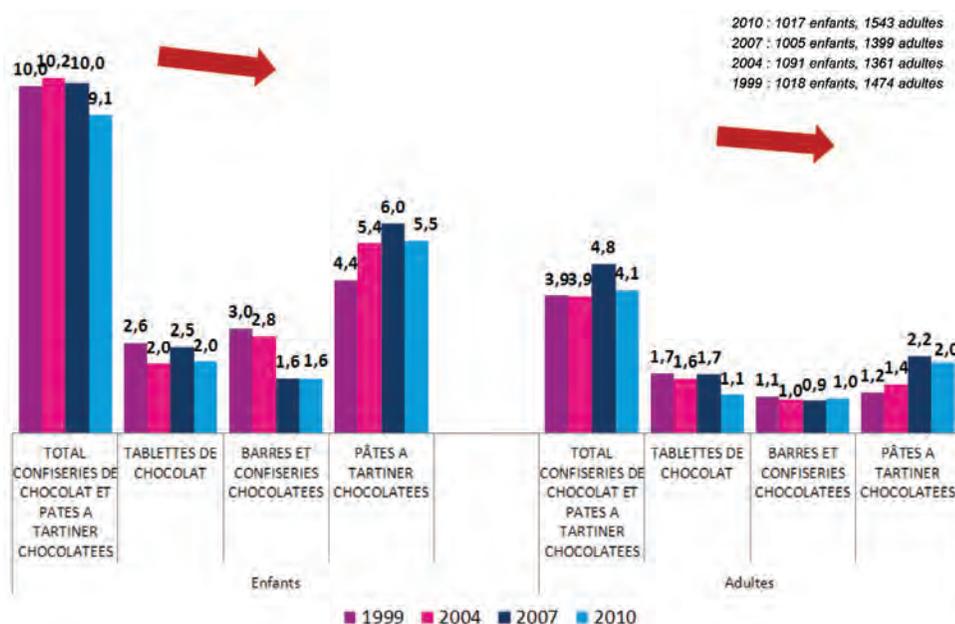
Source : Traitements CRÉDOC, base INCA2 (AFSSA), 2006

www.credoc.fr

34

La quantité consommée par acte de consommation diminue depuis 2007, phénomène apparent chez les enfants comme chez les adultes

Quantités consommées (en grammes par jour) – Toute la population



En revanche, la fréquence de consommation augmente très légèrement ce qui contribue à maintenir une consommation stable.

4. LES CONQUÊTES DU MARCHÉ À L'INTERNATIONALE

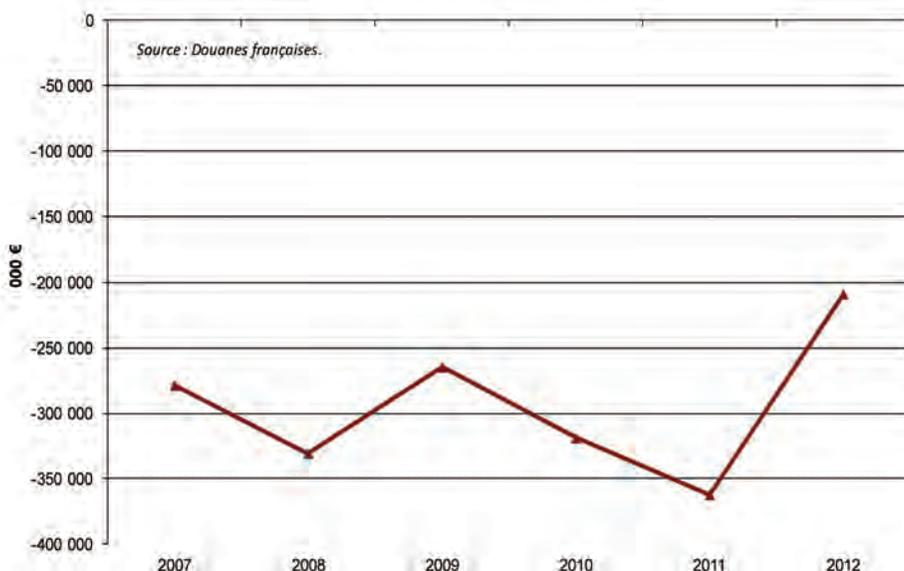
La France perd des parts de marché à l'export depuis plusieurs années

- Au profit de pays concurrents (Allemagne, Pays-Bas, Belgique, Suisse, Etats-Unis) !
- Large déficit de la balance commerciale (200 millions € en 2012 / produits semi-finis et produits finis).

Amélioration de la balance commerciale en 2012

- Forte mobilisation des entreprises.
- Marchés émergents friands de produits français.
- Allons y !

Balance commerciale produits de chocolaterie



Les chiffres de l'année 2012 à l'export

Hausse des exportations en 2012

- +0,3 en valeur ;
- +7,6% en volume.

Poids des pays hors UE dans le total des exportations

- Représentent moins d'un quart des exportations.

De fortes hausses à l'export, notamment vers les pays hors UE

- Chine, Emirats Arabes Unis, Indonésie, Russie...



CONCLUSION

- Le marché du chocolat est stable et résiste bien à la crise.
- La baisse du pouvoir d'achat, peut impacter légèrement les marchés des produits chocolatés et des confiseries.
- Les produits positionnés praticité, ou inscrits dans des occasions installées résistent mieux.
- Profiter de la crise pour...
 - construire les stratégies de marque et de long terme.
 - continuer d'innover.
 - et partir à la conquête de nouveaux marchés.

QUI SOMMES NOUS ?

Syndicat du Chocolat

- Le syndicat du chocolat fédère 55 entreprises de toute taille (dont 80 % de PME).
- Le syndicat travaille sur les enjeux de la profession des chocolatiers :
 - Promotion et défense de la catégorie.
 - Préparation des évolutions du contexte dans lequel évoluent les entreprises du secteur.
 - Monitoring de l'évolution des marchés.
 - Développement de la compétitivité des fabricants.
 - Pérennisation des savoir faire.
- Le syndicat du chocolat dispense un monitoring et un service auprès des fabricants dans les domaines suivants.
 - Affaires sociales (convention collective Alliance 7/ IAD).
 - Affaires juridiques (étiquetage, allégations nutritionnelles).
 - Etudes de marché et d'impacts sur les enjeux économiques.
 - Qualité et sécurité des aliments, contrôles.
 - Suivi des marchés matières premières.

Pour plus d'informations sur la présentation :
Florence Pradier
Tél. 01 44 77 85 85
fpradier@alliance7.com