

## Le marché du chocolat

### Introduction:

Le chocolat est un aliment qui a pour matière première principale application le cacao auquel vient s'ajouter généralement du beurre ou bien du sucre. La graine de cacao a été découverte il y a de nombreuses années il y a 4000 .3 à ) et se cultivent notamment dans l'hémisphère sud avec d'importants pays producteurs tels que la Côte d'Ivoire ou encore les pays



d'Amérique latine. Actuellement le chocolat tient une grande place sur le marché mondial avec une importante consommation dans de nombreux pays. (Sources:Magnum: "D'où vient le chocolat?"). Maintenant nous allons passer à l'étude de l'offre et la demande du marché du chocolat au niveau international ainsi que français. Dans un premier temps nous allons réaliser l'étude de la demande sous plusieurs angles et par la suite nous procéderons à celle de l'offre.

### L'analyse de la demande:

Tout d'abord, pour ce qui est de la demande au niveau mondial, nous pouvons constater de multiples variations. Le chocolat possède plusieurs leaders qui se battent pour la première place. Ces leaders sont constamment en rivalité notamment de nos jours avec l'accroissement de la demande de cacao et de chocolat. Néanmoins, de nos jours l'inflation a causé l'augmentation des prix du chocolat d'environ 10% sur le marché mondial. (Source: Capital " Le prix du chocolat devrait augmenter") Dans un premier temps, nous avons pu relever une forte variation sur le chiffre d'affaires. En effet, ce dernier valait, en 2015, 72 milliards d'euros contre 124 milliards en 2021. On remarque une forte augmentation notamment dû à une demande de plus en plus importante de chocolat car ce dernier se consomme sous diverses formes, à n'importe quel moment. De plus, le chocolat a des périodes dites saisonnières, où il se retrouve l'aliment principal des fêtes telles que Noël ainsi que Pâques qui sont des fêtes qui deviennent, dans le temps, en progressant, des fêtes commerciales dans le monde entier avec de nombreux consommateurs. (Sources: EuroNews "le chocolat fait de plus en plus recette, mais pas encore pour tous"; ConsoGlobe "consommation du chocolat"). Cela représente une croissance impressionnante de la demande, notamment sur le marché asiatique qui représente aujourd'hui 15% de la consommation mondiale, qui se rapproche du marché américain à grand pas qui lui est à 20%. ( Source: Mordor Intelligence "Marché du chocolat en Chine ). Au niveau de la consommation, en 2016, la consommation mondiale s'élevait à 4 millions de tonnes par an soit 127 kilos à la seconde. Or en 2021, la consommation mondiale représentait 7 millions de tonnes par an. Grâce à ces données nous pouvons également en déduire un accroissement conséquent sur le marché du chocolat. (Sources: EuroNews "le chocolat fait de plus en plus recette, mais pas encore pour tous"; ConsoGlobe "consommation du chocolat"). A l'aide de ces données nous avons réalisé un tableau avec l'analyse des plus grands secteurs mondiaux, sur les points en volume et en valeur que nous avons segmentés sur le plan géographique.

### **Tableau représentant les ventes en volume et en valeur à l'échelle mondiale :**

Géographie	en valeur (dollars)	en volume (2020)
Amérique du nord	20.6 milliard en 2020	1.4 millions de tonnes
Europe	53 762,65 millions en 2020	356 854 tonnes
Asie	/	150.000 tonnes
Afrique	100 millions en 2020	168.150.000 kg

En effet, nous avons décidé de le segmenter sur 4 grandes zones géographiques qui sont: l'Amérique du Nord, l'Europe, l'Asie et l'Afrique. Nous avons remarqué grâce à cette analyse que les plus gros consommateurs se trouvent sur le territoire Amérique avec 1.4 millions de tonnes consommés sur l'année 2020 tant dis que les autres secteurs eux sont nettement inférieur avec 356 854 tonnes pour l'Europe, 150 000 tonnes pour l'Asie et seulement 168 150 millions de kilos pour l'Afrique. Globalement cela nous permet de remarquer que le chocolat est un aliment qui se consomme en masse dans les 4 coins du globe malgré les écarts entre chaque secteur. Pour ce qui est de son marché mondial en valeur, le classement des secteurs est le même que celui en volume. En effet, l'Amérique du Nord possède une valeur de 20.6 milliard de dollars en 2020 ce qui est dû à sa quantité en volume, de même pour les autres zones. Pour ce qui est de l'Asie, nous n'avons pas trouvé sa valeur, mais nous pouvons déduire grâce à la donnée en volume car elle se place en troisième place sur les secteurs mondiaux. (Sources: Mordor Intelligence "Marché du chocolat, croissance, tendance")

Ensuite pour ce qui est de la segmentation par produit, nous avons choisi 4 types de produits les plus consommés dans le monde et qui constituent les 127 kilos de chocolat écoulés à la seconde dans le monde.

**Tableau représentant les produits les plus consommés en valeur et en volume à l'échelle mondiale :**

Type de produit	en valeur (en euro)	en volume
tablette de chocolat	1.2 milliards	121 300 tonnes
barre de chocolat	3.57 milliards	17.3 milliard d'unité
chocolat en poudre	19 millions	40 112 tonnes
confiserie chocolat	1 milliards	90 200 tonnes

Le produit le plus consommé est la barre chocolaté, ce qui se justifie avec multiples choix proposés par de nombreuses marques telles que Mars, Twix, Snickers etc qui sont les principaux distributeurs de ce marché. Les barres chocolatées sont suivies des tablettes de chocolat avec 121 300 tonnes sur l'année 2020. Ce chiffre élevé s'explique notamment car les tablettes de chocolat sont utilisées pour réaliser des gâteaux ou autres. Il y a en suivant les confiseries avec 90 200 tonnes par an et le chocolat en poudre avec 40 112 tonnes. Pour ce qui est de la valeur, les 4 produits se rangent dans le même ordre que pour l'analyse en volume. En effet, la valeur de barre chocolaté s'élève à 3.57 milliards d'euro contre 1.2 milliards pour les tablettes, 1 milliards pour les

confiseries chocolatés et seulement 19 millions d'euro pour le chocolat en poudre ce qui est étonnant car ce dernier est un produit utilisé généralement pour le petit déjeuner des enfants notamment. (Sources: LSA "Iri, CAM"; ChocoClic.com "les barres chocolatées").

Ensuite, nous avons décidé d'analyser la demande sur le secteur français. Le marché français à lui aussi suivi l'accroissement du chiffre d'affaires mondial. En effet, ce dernier a augmenté de l'année 2012 à 2020 passant de 2.7 milliard d'euros à 3.3 milliard d'euros. Il y a une forte croissance de la demande où la France se positionne le 7ème consommateur européen de chocolat mais très loin derrière l'Allemagne qui est considéré comme le pays ayant la plus grosse consommation de chocolat (11 kg en moyenne par an et par habitant). Néanmoins les français sont des gros consommateurs avec une consommation de 13.2 kg par an par foyer, soit environ 347 979 tonnes. (Sources: Boursorama "Le chocolat, un marché à 3 milliards d'euros"; Syndicat du chocolat "Chiffre clé 2021 du secteur")

Tout d'abord nous avons étudié le marché en volume et en valeur. En France le volume est de 333 029 tonnes en 2018, ce qui s'explique de part la consommation quotidienne des français. Pour ce qui est de la valeur, ce marché représente 3 millions d'euros sur l'année 2018 également.

Afin d'analyser le secteur français plus précisément, nous avons décidé de réaliser plusieurs tableaux sur la segmentation du secteur français. Tout d'abord nous allons segmenter le marché par le type de chocolat, où l'on retrouve 4 catégories différentes.

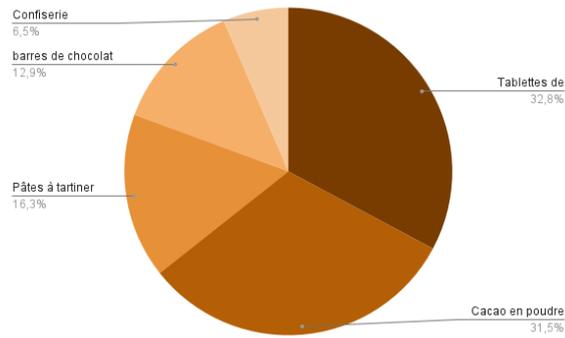
#### **Tableau représentant le pourcentage des ventes de 4 types de chocolats au niveau de la France :**

Le type de chocolat	% des ventes ( en 2013)
chocolat au lait	27%
chocolat noir	8.5%
chocolat blanc	3.5%
chocolat bio	3%

On remarque que parmi ces 4 types de chocolat celui possédant le plus de ventes est le chocolat au lait avec 27% des ventes car c'est un chocolat qui plaît à tous le monde et qui est principalement utilisé dans les différentes sortes de produit proposé par les grandes marques tel que les confiseries, les barres chocolatés etc.. Le chocolat au lait est ensuite suivi du chocolat noir concentrant 8.5% des ventes ainsi que le chocolat blanc avec 3.5% des ventes. Le chocolat bio est lui en dernière place avec 3% des ventes en 2013 mais ce dernier a augmenté dans le temps.(Source: segmentation du marché de la tablette de chocolat en France)

Ensuite, toujours sur le point de la segmentation, sur le marché du chocolat il y a également la segmentation par produit qui se compose de 5 produits.

#### **Diagramme représentant les parts de marché des 5 produits les plus consommés en France :**



Nous pouvons donc constater les 5 parties via le diagramme. On remarque que les tablettes de chocolat possèdent 32.8% de part de marché suivi du cacao en poudre qui lui en possède 31.5%. Ces deux types de produits sont les plus consommés en France de part leur utilité quotidienne mais également leur consommation en masse lors de réalisation de gâteau. Par la suite, il y a la pâtes à tartiner avec 16.3% de part de marché, 12.9% de barres de chocolat et enfin 6.5% confiseries. On remarque donc que les français sont

principalement centré sur 5 types de produits, qui font partie des consommations quotidiennes que ce soit pour le petit-déjeuner, ou bien pour les plaisirs.

### **Histogramme représentant les critères qui poussent les consommateurs à l'achat :**



Maintenant nous allons passer à l'étude de la motivation et des freins à l'achat des consommateurs. Tout d'abord la principale motivation des consommateurs de chocolat est essentiellement hédoniste, c'est à dire vouloir à la fois se faire plaisir en consommant soi-même du chocolat mais également faire plaisir aux autres. Noël et Pâques sont des exemples parfaits, en effet lors de la fête de Pâques il y a environ 15 000 tonnes de chocolat écoulées ce

qui montre le sens du partage des français. Par ailleurs, il répond au besoin physiologique répondant au besoin de la faim, mais également un besoin d'estime car le chocolat fait référence à la détente et fait source de réconfort chez les consommateurs. Cependant de nombreux facteurs peuvent mettre un frein à l'achat de ce produit. En effet, certains consommateurs portent plus d'attention à la composition du chocolat, l'endroit où il est fabriqué, les innovations ainsi que son image de marque. De plus, les aspects écologiques sont des critères importants qui peuvent dissuader les consommateurs à l'achat si les marques ne prennent pas en considération les nouvelles mesures face au climat. En finalité, il y a le prix car le chocolat étant un produit principalement connu pour son côté sucré, les personnes souhaitant consommer ce produit rencontrent une contrainte importante au niveau du prix. (Source: Dossier communication Marketing)

Pour ce qui est des critères, nous retrouvons 5 critères principaux pour les consommateurs de chocolat. Le critère le plus important pour les consommateurs est le goût dépassant les 30%. Ensuite il y a la promotion du moment, la composition et la marque qui se suivent de près variant entre 10 et 20%. En dernier, il y a l'aspect qui est considéré comme le moins essentiel que les précédents aux yeux des consommateurs. (Source: Statista.com)

De nombreux attributs entrent en jeu lors du choix des produits. Premièrement, les consommateurs choisissent particulièrement les produits qu'ils ont l'habitude de manger et donc d'acheter, c'est le côté affectif du consommateur envers la marque. De plus, de nombreuses personnes portent de plus en plus d'attention à l'aspect environnemental. En effet, certaines consciences évoluent poussant les consommateurs à faire attention à la composition du produit, aux labels et excluent certaines marques qui ne respectent pas l'environnement. Ces critères nous permettent d'observer qui sont les consommateurs ou non de produits naturels et bio. Effectivement, les consommateurs qui achètent bio ont une réelle attache au climat. Ils sont capables de se détacher des marques qui ne prennent pas en compte les nouvelles mesures climatiques et de ne plus les acheter pour donner plus d'importance aux marques bio ayant des labels et étant en faveur du climat. Cependant les personnes qui ne consomment pas de produits naturels ne sont pas capables de boycotter leurs marques de chocolat préférées puisque pour la majorité le réchauffement climatique n'est pas un sujet essentiel. Pour d'autres, il n'est pas concevable de payer un prix supérieur pour manger du chocolat équitable.

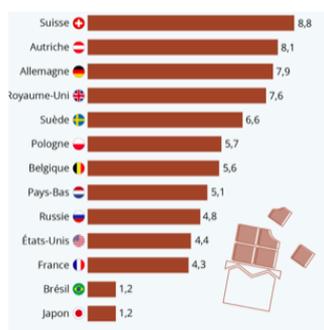
### Analyse de l'offre :

Le chocolat selon le dictionnaire français Larousse est un "Produit obtenu par le mélange de pâte de cacao et de sucre additionné ou non de beurre de cacao"

Il existe différentes variétés de chocolat, en effet le marché du chocolat est structuré de la façon suivante :

- les tablettes (exemple : tablette de chocolat au lait Milka)
- les confiseries (exemple : les rochers de chez Ferrero)
- barres chocolatées (exemple : barre chocolatée Nesquik)
- cacao en poudre (exemple : cacao Poulain)
- pâtes à tartiner (exemple : Nutella)

source: Wix.fr, "le marché du chocolat en France"



Les consommations de chocolat par pays en kg/hab par an

On remarque de grandes différences de consommation entre les différents pays comme le montre le graphique ci-contre issu du site Statista.com dans l'article "les plus gros consommateurs de chocolat" rédigé par la journaliste Claire Jenik qui représente la consommation annuelle de chocolat en kg par habitant pour l'année 2017.

Ces consommations différentes certes, mais qui finalement représentent un volume élevé grâce aux pays très consommateurs (Suisse, Autriche, Allemagne...) génère un chiffre d'affaires mondial pour le marché du chocolat qui s'élève à près de 3,5 milliards

d'euros. (Le figaro "les 5 chiffres à connaître sur le marché du chocolat")

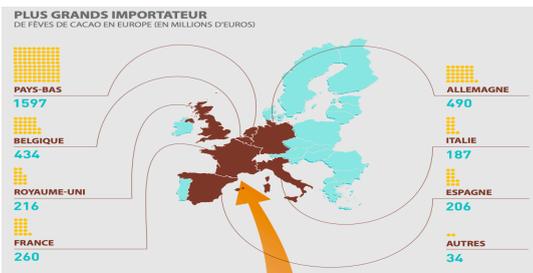
Au niveau national, la France est un des leaders en matière d'exportation de chocolat, en effet, elle dispose de 115 entreprises dans la filière en 2019 qui participent à la production de chocolat. C'est pourquoi, malgré une consommation très élevée, le pays arrive encore à rester un leader de l'exportation chocolatière, toujours en 2019 plus de 325 458 tonnes de chocolat fut commercialisé en France ce qui représente un chiffre d'affaires de 3,5 milliards d'euros. Le chocolat est donc un marché primordial pour le pays qui doit donc importer du cacao

venant de pays producteurs afin de réaliser le produit fini. (Businessfrance.fr, “la filière chocolatière française et les perspectives à l’effort”)

Passons maintenant à l’analyse des imports/exports au niveau mondial pour ce marché.

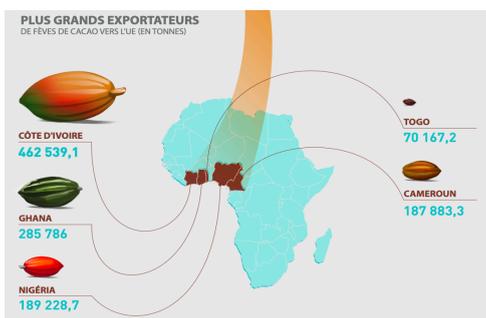


Les parts des consommations en fèves de cacao des continents . Tous les continents du globe sont, à différentes échelles, des consommateurs de cacao, on remarque grâce au schéma ci-contre que l’Europe constitue la quasi-moitié (48%) des consommations de fèves de cacao dans le monde. L’Afrique qui est le continent exportateur est le plus petit consommateur qui représente seulement 3% de la consommation de ce marché. L’Asie, l’Océanie et l’Amérique sont de petits consommateurs qui consomment environ la même quantité de cacao. Enfin, l’Amérique du Nord est un grand consommateur de cacao car il représente un quart des parts des consommations.



Les plus grands importateurs de cacao au coeur de l’Europe  
 Le schéma ci-contre représente les importations de cacao qui ont lieu au cœur de l’Europe qui est le continent qui consomme le plus. On remarque que les Pays-Bas est le pays qui importe le plus avec plus de 1597 millions d’euros d’importation en 2010 suivi de l’Allemagne et de la Belgique qui eux dépenses dans les 400 millions d’euros. On remarque que la France fait partie des pays européens qui importent le moins avec 260 millions d’euros dépensés dans l’importation en 2010.

Les plus grands exportateurs de cacao (en tonnes de fèves pour l’année 2010)



Enfin, ce schéma représente les parts d’exportations des 5 grands exportateurs. On remarque que le plus gros exportateur est la Côte d’Ivoire avec plus de 462 539,1 tonnes de fèves exportées à destination de l’UE, suivi du Ghana, du Nigéria, du Cameroun et enfin du Togo qui est le plus petit exportateur sur ce secteur avec seulement 70167,2 tonnes de fèves exportées à destination de l’UE pour l’année 2010. (source : europarl.europa.eu “le cacao en chiffres”)

## La concurrence :

# FERRERO

Ferrero est une entreprise agroalimentaire italienne, qui a été créée en 1946 par Pietro Ferrero à Alba en Italie. Elle est spécialisée dans la confiserie et est connue par ses produits phares tels que Nutella, Kinder, Ferrero Rocher, Mon

Chéri et Tic Tac. (source: opinionact, "top 14 du chocolat: qui est le leader du chocolat?")

Le chiffre d'affaires de Ferrero était de 11,4 milliards d'euros en 2019, de 12,3 milliards d'euros en 2020, soit une augmentation de 7,8% par rapport à celui de l'année précédente.

(source: ferrero.be, chiffres clés)



Selon Aumagasin.fr "Lindt : présentation et origine du groupe", Lindt est un chocolatier d'origine suisse confectionnant des produits de qualité depuis 1845. Parmi les produits les plus populaires on retrouve Lindor, Création, Connaisseurs... Le chiffre d'affaires du groupe s'élevait à hauteur de 4,59 milliards d'euros en 2021 soit une augmentation de 10,9% par rapport à 2020, une augmentation de de 5 à 7% est attendue pour 2022.(bfmtv.fr "LES VENTES DE LINDT & SPRÜNGLI DÉPASSENT LEUR NIVEAU D'AVANT-PANDÉMIE")

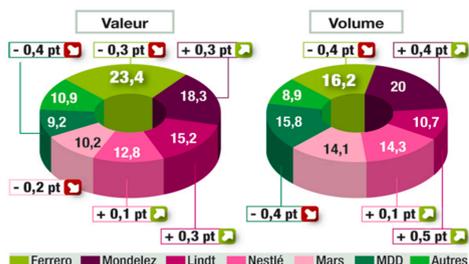


Selon Wikipédia "Mondelez", "Mondelēz International est une multinationale agroalimentaire américaine, particulièrement présente dans les secteurs du biscuit et du chocolat, qui est implantée dans de nombreux pays à travers le monde. Par le volume des ventes, il s'agit du deuxième acteur mondial du secteur agroalimentaire." Le chiffre d'affaires du groupe était de 25362063 milliers d'euros en 2021 contre 2 645 765 milliers d'euros en 2020 (pendant la pandémie) on remarque donc que le groupe est très performant financièrement. (Boursier.com "chiffre d'affaires et résultats Mondelez")



Selon Wikipédia, "Nestlé est une multinationale suisse et l'un des principaux acteurs de l'industrie agroalimentaire de la planète. Avec un chiffre d'affaires de 89,8 milliards de francs suisses en 2016, elle est la première entreprise agroalimentaire du monde et la plus grande entreprise laitière du monde." Le chiffre d'affaires du groupe s'élevait à hauteur de 82 247 334 milliers d'euros contre 85 125 479 milliers d'euros pour l'année 2019, ici aussi on constate une augmentation synonyme de performance pour le groupe suisse. (Boursorama.com "résultats entreprise Nestlé")

Représentation des parts détenues par les groupes en volume et en valeur



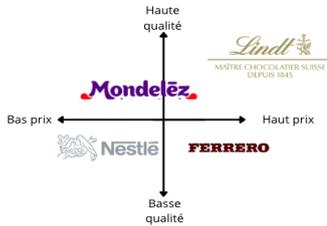
Le marché du chocolat français est contrôlé par 5 grands groupes qui possèdent 80% des parts de marché. Grâce au schéma on dégage les deux leader qui sont au coude à coude : Ferrero qui est en première position sur les ventes en valeur et Mondelez qui lui, est premier sur les ventes en volume.

source : wix.com “Le marché du chocolat en France”

Les forces et les faiblesses de chaque concurrent.

	<b>forces</b>	<b>faiblesses</b>
<p><b>Ferrero</b></p> <p>(source: prezi, “SWOT de Ferrero”)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- clientèle fidèle</li> <li>- marque culturelle et traditionnelle</li> <li>- variétés de produits</li> <li>- grand réseau de distribution</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- pas forcément sain (mauvais pour la santé en grande quantité)</li> <li>- importations de matières premières</li> <li>- prix élevés face à la concurrence</li> </ul>
<p><b>Lindt</b></p> <p>(source: leamedina195, “le chocolat, Lindt et Côte d’or”)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- image de marque très développée</li> <li>- diversité de ses produits</li> <li>- authentique</li> <li>- possède des ambassadeurs de la marque</li> <li>- savoir-faire ancestral</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- coût élevé en matières premières</li> <li>- cible restreinte</li> <li>- difficultés à se renouveler</li> <li>- produits chers</li> </ul>
<p><b>Mondelez</b></p> <p>(source: swot and pestel, Mondelez international SWOT &amp; PESTEL analysis)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- marque avec un potentiel générateur de revenus élevés</li> <li>- investissements récents en recherche et développement</li> <li>- forte communauté de distributeurs et concessionnaires</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- baisse du revenu net</li> <li>- fluctuation des bénéfices par action</li> </ul>
<p><b>Nestlé</b></p> <p>(source: affde, analyse SWOT de Nestlé)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- large gamme de produits</li> <li>- système de distribution étendu</li> <li>- effectif important</li> <li>- marque de renommée mondiale</li> <li>- centres de recherche et développement</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- structure de la marque</li> <li>- problèmes juridiques et de consommation</li> <li>- controverse de Maggi</li> <li>- pertes dues à l’affaire de la viande de cheval</li> </ul>

	- capital de marque	
--	---------------------	--



Ci-contre, la carte perceptuelle représentant le positionnement des marques sur le marché. Lindt est la marque la plus qualitative mais aussi avec les prix les plus hauts, au niveau prix elle est suivie de près par Ferrero qui est à peine moins cher mais qui a une qualité de produit nettement plus basse. Nestlé dispose de la même qualité que Ferrero avec des prix nettement plus bas. Enfin, le groupe Mondelez se positionne comme une marque de qualité moyenne avec des prix moyens qui tendent vers des prix plus bas que les Lindt et Ferrero.

### SYNTHÈSE.

Le marché du chocolat est donc un marché très attractif, en effet, on retrouve sur ce marché de nombreux produits, sous différentes formes, avec des qualités et des prix qui diffèrent. De plus, le monde entier est consommateur de chocolat, c'est un marché concentré car il est contrôlé par 5 grands groupes qui disposent de 80% des parts du marché. Aussi, les motivations sont nombreuses face à des freins beaucoup moins nombreux, ce qui attire de plus en plus de consommateurs. Les augmentations des chiffres d'affaires de toutes les entreprises commercialisant du chocolat témoignent du développement de la performance des entreprises et donc de l'attractivité du marché du chocolat.

### CONCLUSION :

En conclusion nous avons pu constater que la demande varie en fonction des saisons car la motivation première des consommateurs c'est de faire plaisir, et que nous avons tendance à vouloir se faire plaisir davantage pendant les périodes de fêtes. Cependant il est important de faire attention car le consommateur porte de plus en plus d'attention au message donné par les marques, ce qui influence en partie ses critères de choix. De plus, le marché du chocolat est un marché mondial avec des consommateurs venus de partout mais principalement européen. Il participe activement au développement de l'économie car il permet l'emploi d'un immense nombre de personnes dont 30 000 en France, de plus il favorise les échanges directs entre les continents avec des pays producteurs en cacao qui exportent énormément à l'étranger. Le marché est contrôlé par de grands groupes qui possèdent de nombreuses marques, la concurrence propose des prix et des qualités diverses ce qui rend ce marché du chocolat attractif.