

CONFISERIE ET CHOCOLAT

Êtes-vous fait pour ce secteur d'activité ?

COMPÉTENCES 	SPÉCIFICITÉS 	VIE PRIVÉE 
Qualification professionnelle ● ● ● ● ● ●	Poids des investissements ● ● ● ● ●	Niveau de rémunération ● ● ● ● ●
Aptitudes commerciales ● ● ● ● ●	Importance de la qualité de l'emplacement ● ● ● ● ●	Degré des contraintes horaires ● ● ● ● ●
Maîtrise de la gestion ● ● ● ● ●	Intensité de la concurrence ● ● ● ● ●	Facilité de remplacement ● ● ● ● ●

SOMMAIRE

LE MARCHÉ DE LA CONFISERIE ET DU CHOCOLAT	2
LA RÉGLEMENTATION DE LA CONFISERIE ET DE LA CHOCOLATERIE	5
L'ACTIVITÉ DE LA CONFISERIE ET DE LA CHOCOLATERIE	8
LES POINTS DE VIGILANCE DE LA CONFISERIE DE LA CHOCOLATERIE	11
EN SAVOIR PLUS SUR CE SECTEUR	13

LE MARCHÉ DE LA CONFISERIE ET DU CHOCOLAT

La consommation de chocolat et de confiserie ne cesse de progresser, tirant la croissance du chiffre d'affaires du secteur en volume. En trente ans, la consommation de chocolat des Français a progressé de 30%, celle des confiseries de près de 20%.

Le chiffre d'affaires du secteur progresse également en valeur sous l'effet de la hausse du prix des matières premières (les prix à la consommation ont progressé de plus de 25% ces dix dernières années). Malgré une conjoncture économique maussade, le chocolat reste un produit "refuge" pour les consommateurs.

De plus, les stratégies d'innovation menées par les industriels (85% des volumes de vente de chocolat sont réalisés en grandes surfaces) incitent les artisans et commerçants spécialisés à proposer des produits innovants à plus forte valeur ajoutée. L'autorisation de l'addition de matières grasses végétales dans la fabrication de chocolat (à hauteur de 5%) permet aux artisans chocolatiers de se démarquer encore plus des industriels en proposant des produits purs beurre de cacao.

Toutefois, la bonne santé du secteur attise les convoitises de nombreux opérateurs ce qui contribue à accentuer les pressions concurrentielles. Sur un plan structurel, le secteur évolue avec le développement des réseaux sous enseigne ces dernières années. Leur succès repose sur leur capacité à proposer des produits standardisés tout en mettant en avant une production proche de la fabrication artisanale.

Dans ce contexte, les artisans doivent fortement se démarquer par une offre haut de gamme, un renouvellement fréquent de leurs produits et l'animation de leur point de vente (dégustation, ateliers de fabrication, etc.).

Tendances

Positionné au 9ème rang mondial en consommation de chocolat et au 12ème rang mondial en consommation de confiserie, le marché français dispose d'un potentiel de développement important.

Les réseaux sous enseigne devraient continuer à se développer ce qui accentuera les pressions concurrentielles au détriment des commerçants spécialisés isolés.

Les artisans-chocolatiers et confiseurs positionnés sur le créneau haut de gamme, continueront, quant à eux, de profiter de la bonne santé du secteur.

L'organisation du marché

- **L'artisan chocolatier-confiseur** : il assure lui-même la fabrication de ses produits.

On en compte seulement 400 en France, l'activité étant souvent couplée avec celle de pâtissier.

Confronté à la concurrence de la grande distribution (85% des volumes de vente de chocolat), l'artisan chocolatier-confiseur se différencie par une offre haut de gamme qu'il commercialise auprès des consommateurs finaux mais également auprès de restaurateurs, hôteliers etc.

- **Le chocolatiers-confiseur** : c'est un commerçant qui assure la distribution des produits. On en dénombre 4 000 en France.

Les réseaux sous enseigne tendent à se développer sur le segment du chocolat : Léonidas, Jeff de Bruges, De Neuville, etc. Ils représentent 30% des entreprises du secteur.

Les réseaux sous enseigne spécialisés sur le segment de la confiserie sont très peu nombreux (Glups, Sucx).

		CONFISERIE- CHOCOLATERIE
NOMBRE D'ENTREPRISES DU SECTEUR	2016	4 216 ⁽¹⁾
		Confiserie en 2015 : 1,019 Md€ ⁽²⁾ Chocolat en 2014 : 2,488 Md€ ⁽³⁾
CHIFFRE D'AFFAIRES DU SECTEUR (en milliards d'euros)	2017	139,8 ⁽⁴⁾
	2016	133,8
	2015	127,5
	2014	127,6
	2013	125,3
	2012	121,3
	2011	111,8
	2010	100,0
	2010	100,0

⁽¹⁾ Source : INSEE, démographie des entreprises et des établissements 2016 - champs marchand non agricole, Stocks d'entreprise au 31 décembre 2016.

⁽²⁾ Source : Syndicat National de la Confiserie.

⁽³⁾ Source : Fédération des produits de l'épicerie et de la nutrition spécialisée - L'Alliance 7

⁽⁴⁾ Source : "Commerce de détail de pain, pâtisserie et confiserie en magasin spécialisé" - INSEE, Bulletin statistique.

LA RÉGLEMENTATION DE LA CONFISERIE ET DE LA CHOCOLATERIE

Les aptitudes professionnelles

Le plus souvent, le confiseur-chocolatier est un ancien pâtissier qui s'est spécialisé dans la confiserie-chocolaterie. La plupart des artisans confiseurs ont suivi une formation spécifique : CAP puis brevet technique des métiers (BTM) de pâtissier-confiseur-chocolatier qui peut conduire au titre de Meilleur Ouvrier de France (concours spécial). Certains passent un BMS (Brevet de Maîtrise Supérieur) alimentation. Beaucoup de jeunes diplômés veulent profiter de la bonne santé du secteur et s'installent en rejoignant un réseau sous enseigne.

Si l'artisan fabrique lui-même les produits, minutie, souci de la perfection, rigueur et sens de l'esthétisme sont des qualités indispensables. Il faut maintenir une hygiène irréprochable, respecter les températures, être extrêmement méthodique. L'activité de vente nécessite une parfaite connaissance des produits (origines des matières premières, composition des produits, process de fabrication etc.).

L'environnement réglementaire

Les contraintes à l'installation

Si le professionnel fabrique ses produits, c'est un artisan. Il doit s'inscrire au Répertoire des Métiers.

La qualification artisanale est réglementée. Ainsi, pour qu'une entreprise inscrite au Répertoire des Métiers puisse se prévaloir de la qualité d'artisan ("artisan-chocolatier") il est nécessaire de justifier d'un CAP ou d'un BEP ou d'un titre homologué ou d'une expérience professionnelle de 3 ans au minimum dans le métier (décret 98-247 du 2 avril 1998 modifié par le décret 2015-810 du 2 juillet 2015 relatif à la qualité d'artisan et au répertoire des métiers).

Pour la préparation et la fabrication de glaces alimentaires artisanales, le professionnel doit être titulaire d'un certificat d'aptitude professionnelle (CAP) ou d'un brevet d'études professionnelles (BEP) ou d'un diplôme ou d'un titre homologué de niveau égal ou supérieur, délivré pour l'exercice de son activité. A défaut, il doit justifier d'une expérience professionnelle de trois années en qualité de salarié ou d'indépendant (loi du 5 juillet 1996).

Les professionnels qui ne fabriquent pas eux-mêmes les produits s'inscrivent au Registre du Commerce et des Sociétés.

Les principaux points de la réglementation professionnelle

Accueillant du public, le local doit répondre aux normes de sécurité relatives aux établissements recevant du public. Les installations doivent respecter les règles de la tranquillité du voisinage (décret 95-408 du 18 avril 1995).

Le professionnel doit respecter les normes d'hygiène des locaux (Arrêté du 9 mai 1995).

La fabrication des produits à base de cacao est régie par une directive européenne (décret 796.92 du 13.07.76). La directive européenne du 03.08.2003 autorise l'ajout de matières grasses végétales autre que le beurre de cacao dans la limite de 5%.

L'étiquetage des produits doit comporter la composition des ingrédients et la date d'utilisation optimale (directive du Conseil du 20.03.2000).

La réglementation de la vente de produits frais est applicable aux confiseurs (date limite de consommation).

Certains procédés de fabrication sont réglementés : aromatisation (décret 92-814 de 08.1992), emploi de colorants (directive du Conseil du 30.06.1994 et modifications), additifs (directive du Conseil du 15.10.1998), édulcorants (directive du 30.06.94 et modifications).

La fabrication de glaces exige une qualification (loi du 05.07.96 et décret 982 46 du 02.04.98) et le respect de strictes règles d'hygiène (décret du 20.03.49 et arrêté du 13.09.87) ainsi qu'une déclaration à la Préfecture.

La loi de modernisation de l'économie (LME) du 4 août 2008 (2008-776) a débouché sur des mesures portant sur :

- Les délais de paiement aux fournisseurs : la LME plafonne les délais de paiement à 60 jours à compter de la date d'émission de la facture (ou 45 jours fin de mois). Les sanctions en cas de dépassement de ces délais sont renforcées.
- Les baux commerciaux : les loyers des locaux commerciaux sont indexés sur un nouvel indice de révision des loyers (Indice des Loyers Commerciaux) intégrant une méthode de calcul pondéré (calculé pour 50% sur l'indice des prix à la consommation, pour 25% sur l'indice du chiffre d'affaires du commerce de détail et pour 25% sur l'indice des prix à la consommation).

Statut juridique et fiscal

Rendez-vous dans notre rubrique Les guides pratiques / Mes impôts & taxes pour connaître le taux de TVA qui s'applique à votre activité ainsi que le mode d'imposition de vos bénéfices.

Rendez-vous dans notre rubrique Les guides pratiques / Mon régime social pour connaître le montant des cotisations et des prestations de votre régime social obligatoire.

L'ACTIVITÉ DE LA CONFISERIE ET DE LA CHOCOLATERIE

L'installation

Les créations sont nombreuses dans le secteur. La qualité de l'emplacement (centre ville, zone de passage), des équipements de qualité et des produits adaptés au type de clientèle sont déterminants pour sa réussite.

En cas de reprise, la valeur du fonds est estimée en fonction de l'emplacement, la zone de chalandise et la rentabilité. Le rachat du matériel de fabrication est évalué indépendamment de la valeur du fonds.

Les investissements

L'artisan doit consentir un gros effort d'investissement pour le pas de porte, les équipements et l'agencement du magasin. Le matériel de fabrication, dans un secteur où la qualité doit être maintenue, est remplacé après usure (10 à 15 ans pour les appareils de climatisation, refroidissement).

Les investissements du professionnel rejoignant un réseau sous enseigne se limitent aux besoins de commercialisation des produits, c'est-à-dire le pas de porte, les équipements, agencements et droit d'entrée.

Les vitrines et étalages doivent inciter les clients à acheter. Ils sont renouvelés tous les 2 à 3 ans.

La gestion

Le suivi au quotidien

La difficulté de ce métier est de bien maîtriser la fabrication et les stocks du fait des variations et des modifications de consommation selon les périodes de l'année (fêtes, été). C'est pourquoi le professionnel suit ses ventes produit par produit pour éviter les invendus et les ruptures de stocks. Il maintient en parfait

état ses équipements pour prolonger leur durée de vie et fabriquer des produits de qualité gustative et sanitaire irréprochable.

Les recettes de l'activité

La vente de chocolats est prédominante (65% du chiffre d'affaires). L'activité est extrêmement saisonnière, avec des pointes très importantes à Pâques (20% du chiffre d'affaires) et à Noël (30% du chiffre d'affaires). Le prix d'un kilo de chocolat varie entre 50 et 70€ chez un détaillant traditionnel et entre 30€ et 40€ dans un réseau sous enseigne.

La maîtrise du résultat

Le résultat dépend surtout de la maîtrise des achats et des stocks. L'adaptation des prix et des produits aux capacités de la clientèle est également essentielle. Les périodes "fortes" (Noël et Pâques) doivent être particulièrement préparées (achats, stocks, fabrication mais aussi publicité, décoration et compétence du personnel temporaire).

La gestion financière et les besoins en trésorerie

Les fonds propres doivent être élevés, ces derniers devant financer au minimum 30% du montant de l'ensemble des immobilisations corporelles et incorporelles. Pour les artisans, les besoins de financement sont plus élevés, mais la rentabilité est meilleure. La gestion de la trésorerie est facilitée par les crédits fournisseurs et par le paiement comptant des clients. Compte tenu de la saisonnalité très forte, la trésorerie est irrégulière avec des "pointes" plus élevées en janvier et mai, et des soldes plus faibles en octobre et novembre.

		CONFISERIE- CHOCOLATERIE
LES RATIOS DE GESTION CLEFS	Chiffre d'affaires moyen	167 K€ (1)
	Marge brute	54,94 %
	Excédent brut d'exploitation	24,10 %
	Rotation des stocks	48 jours
	Crédit clients	1 jour
	Crédits fournisseurs	43 jours
	Besoin en fonds de roulement	- 6 jours

⁽¹⁾Source : Moyenne indicative. Données exprimées en % et jours (de chiffre d'affaires ou d'achat).

LES POINTS DE VIGILANCE DE LA CONFISERIE DE LA CHOCOLATERIE

Les principales difficultés du métier

• Pour les indépendants non fabricants

Le risque principal réside dans la baisse du chiffre d'affaires du fait de la difficulté à se positionner commercialement entre les artisans (produits haut de gamme), les réseaux sous enseigne (produits standardisés proches de la qualité artisanale mais dont le prix est plus attractif que chez un artisan) et la grande distribution (produits industriels).

• Pour les artisans confiseurs chocolatiers

L'importance des investissements constitue un risque important, notamment le prix d'acquisition du fonds ou du pas de porte, les achats d'équipements et la mise en conformité de l'atelier de fabrication. Pour rentabiliser ces investissements, l'artisan doit impérativement proposer des produits de qualité et créatifs qui le démarqueront des réseaux sous enseigne tout en justifiant ses prix élevés.

• Pour les réseaux sous enseigne

Le prix d'acquisition du pas de porte, qui doit être idéalement placé, le coût des aménagements et le droit d'entrée sont des facteurs de risque importants. Le professionnel doit disposer de fonds propres supérieurs à 30% du montant global de l'investissement. De plus, il reste exposé à la saturation du marché dans les secteurs à forte densité commerciale et à une concurrence qui devrait s'intensifier.

Dans ce contexte, l'expérience et le professionnalisme sont indispensables.

EVOLUTION DU NOMBRE DE DÉFAILLANCE COMMERCE	2017	11 837 ⁽¹⁾
	2016	12 516
	2015	13 606
	2014	13 785
	2013	14 103
	2012	13 648
	2011	13 537
	2010	13 298
TAUX DE SURVIE AU-DELÀ DES 5 PREMIÈRES ANNÉES	Commerce	52,0 % ⁽²⁾
	Moyenne tous secteurs	60,4 %

⁽¹⁾ Source : Banque de France.

⁽²⁾ Source : Insee, Taux de Survie à 5 ans pour la génération 2010.

Les principales organisations professionnelles

CCCF

Confédération des Chocolatiers et Confiseurs de France

64 rue de Caumartin - 75009 Paris

Tel : 01 42 85 18 20

<http://www.chocolatiers.fr>

Syndicat National de la Confiserie

9 bd Malesherbes - 75008 Paris

Tel : 01 44 77 85 85

<http://www.confiserie.org>