

Étude de marché Chocolaterie

CHIFFRES ET ÉLÉMENTS



propulse by 

Introduction à l'étude de marché sectorielle

Bienvenue dans cette étude de marché sectorielle, conçue spécifiquement pour vous, futurs entrepreneurs et créateurs d'entreprise !

Que vous soyez au tout début de votre projet ou en phase de consolidation de votre idée, cette étude se veut être un support incontournable pour éclairer votre prise de décision et affiner votre stratégie commerciale.

Dans ce document, vous découvrirez une analyse détaillée du secteur qui vous intéresse. Nous avons compilé pour vous les informations essentielles pour comprendre les dynamiques actuelles de votre marché.

Cette étude est organisée comme suit :

- 1 **LES CHIFFRES CLÉS DU MARCHÉ**
- 2 **LE CODE APE / NAF DE L'ACTIVITÉ**
- 3 **L'ORGANISATION DU SECTEUR D'ACTIVITÉ**
- 4 **L'ANALYSE DE LA SITUATION DU MARCHÉ**
- 5 **L'ÉTUDE DE L'OFFRE**
- 6 **L'ÉTUDE DE LA DEMANDE**
- 7 **L'ANALYSE DES CANAUX DE DISTRIBUTION**
- 8 **LES GRANDES TENDANCES DU SECTEUR**
- 9 **LA CONCLUSION DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ**

Chaque section est conçue pour vous fournir une compréhension claire, illustrée et approfondie, vous aidant à prendre les bonnes décisions.

Nous vous souhaitons une bonne lecture et beaucoup de succès dans votre aventure entrepreneuriale !

L'équipe Propulse by CA



5 570

ENTREPRISES
en 2020

4,37 Mds €

CHIFFRE D'AFFAIRES
DU SECTEUR
en 2021

7,31 kg

DE CHOCOLAT PAR AN
ET PAR PERSONNE
en France



357 979

TONNES DE CHOCOLATS
VENDUS EN 2021

555

CRÉATIONS D'ENTREPRISES
en 2022



16,9

SALARIÉS
EN MOYENNE
DANS LA FABRICATION

Source : *Observatoire des Métiers de l'Alimentation*
Syndicat du Chocolat

Le code NAF des chocolateries est le : **10.28Z**
- **Fabrication de cacao, chocolat et produits de confiserie**. Il regroupe différents métiers comme la fabrication de cacao, de beurre et de poudre de cacao, ainsi que la production de chocolat, confiseries, et chewing-gums.

Selon leurs types d'activités, les chocolateries peuvent également exercer sous différents codes NAF :

- **47.24Z** : Commerce de détail de pain, pâtisserie et confiserie en magasin spécialisé
- **47.81Z** : Commerce de détail alimentaire sur éventaires et marchés
- **10.72Z** : Fabrication de biscuits, biscottes et pâtisseries de conservation
- **10.61B** : Autres activités du travail des grains

Code APE/NAF
des chocolateries :
10.82Z

L'activité des chocolateries

Les chocolateries sont spécialisées dans la fabrication et la commercialisation de produits à base de cacao, tels que le chocolat, les confiseries, et autres produits dérivés comme la pâte à tartiner au chocolat, la poudre de cacao, les liqueurs de chocolat, etc. Ce secteur regroupe deux types d'acteurs :

1 L'artisan chocolatier-confiseur

Il fabrique lui-même ses produits de manière artisanale. Ces artisans représentent environ **400 entreprises** en France et se distinguent par une offre haut de gamme. Ils doivent toutefois faire face à la concurrence de la grande distribution.

2 Le chocolatier-confiseur

C'est un commerçant qui assure la distribution des produits. On dénombre environ **4 000 points de vente**, souvent sous enseigne (Léonidas, Jeff de Bruges, De Neuville...).

L'ORGANISATION DE LA PROFESSION

Le secteur du chocolat en France se caractérise par une concentration importante d'entreprises artisanales et industrielles. Les grands groupes comme **Lindt, Ferrero, Nestlé**, et **Mondelez** cohabitent avec des petites structures artisanales.

On compte environ 5570 entreprises, dont la grande majorité (90 %) sont des PME, reflétant l'importance de l'artisanat et du savoir-faire local. Cette industrie génère plus de **30 000 emplois directs**, dont la moitié environ (15 850) sont dédiés à la production.

L'industrie du chocolat français se démarque également par sa forte orientation à **l'export**. Plus de 61,2 % de la production en volume est destinée à l'exportation, principalement vers l'Union européenne (81 % des exportations). Cette performance à l'international témoigne de la réputation et de la qualité du chocolat français sur les marchés étrangers.

LES FOURNISSEURS

Les chocolateries s'approvisionnent en fèves de cacao auprès de **producteurs certifiés**, tels que Valrhona et Barry Callebaut, réputés pour garantir une qualité élevée et des pratiques durables. Ces partenariats permettent de sécuriser l'approvisionnement et de valoriser la filière cacao.

LES SYNDICATS

Le **Syndicat du chocolat** est le principal représentant de la profession. Il veille à la promotion du chocolat français, accompagne les entreprises dans leurs démarches d'innovation et de certification, et défend leurs intérêts auprès des instances européennes.

Le marché du chocolat

LE CONTEXTE DU MARCHÉ

Au cours des 30 dernières années, la consommation de chocolat a progressé de 30 %, tandis que celle des confiseries a augmenté de près de 20 %. L'innovation des industriels incite les **artisans chocolatiers** à proposer des produits plus raffinés et à forte valeur ajoutée pour se démarquer des grandes surfaces qui réalisent **85 % des volumes de vente**.

Les artisans doivent s'appuyer sur leur capacité à innover et à créer une **offre haut de gamme**. La période de Noël et de Pâques demeure primordiale pour les chocolatiers, représentant environ **50 %** de leur chiffre d'affaires. Cependant, le défi pour ces professionnels réside dans la **diversification de leurs ventes** en dehors de ces périodes. Afin de capter de nouveaux clients, les artisans développent des initiatives comme les **ateliers de fabrication**, les dégustations et l'animation de leurs points de vente.

Face à une **double concurrence** de la grande distribution et des enseignes de réseaux, les chocolatiers non-fabricants ont plus de difficulté à se démarquer. Le développement de **groupements d'achats** leur permet de mieux résister à cette concurrence, en bénéficiant de tarifs plus avantageux. Par ailleurs, le secteur évolue vers une **digitalisation croissante**, avec l'essor du **click and collect**, des livraisons à domicile, et de la communication via les réseaux sociaux pour attirer de nouveaux clients et fidéliser les existants.

ÉVOLUTION DU NOMBRE DE CHOCOLATERIES

Le nombre de chocolateries et d'entreprises de fabrication de chocolat en France est en hausse constante depuis 2009, principalement pour l'activité de **fabrication** (1082Z). Cette croissance reflète l'intérêt grandissant des Français pour le chocolat de qualité. En effet, les Français sont de grands amateurs de chocolat et en consomment en moyenne 7,3kg par personne et par an.

Toutefois, le nombre de **commerçants** spécialisés (4724Z) a reculé de **2%** en 2020. Cette évolution suggère une préférence pour les chocolateries artisanales offrant des produits fabriqués sur place, au détriment des simples points de vente.

Évolution du nombre d'entreprises de chocolaterie-confiserie

- 4724Z - Commerce de détail de pain, pâtisserie et confiserie en magasin spécialisé
- 1082Z - Fabrication de cacao, chocolat et produits de confiserie

2009	3 774	935
2010	3 856	958
2011	3 831	982
2012	3 855	1 036
2013	3 965	1 103
2014	4 101	1 221
2015	4 150	1 275
2016	4 166	1 312
2017	4 258	1 376
2018	4 216	1 440
2019	4 245	1 556
2020	4 141	1 625

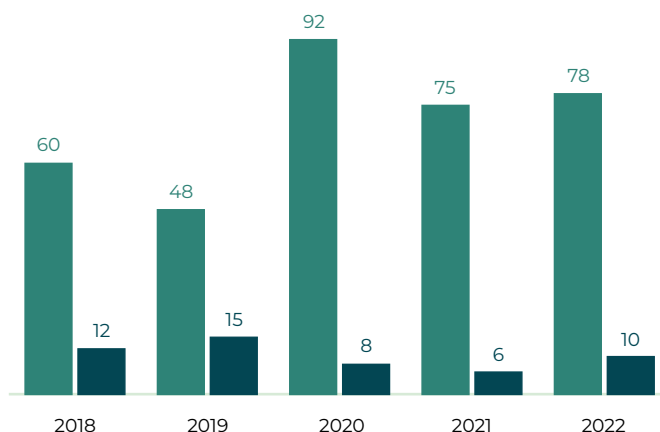
Source : Observatoire des Métiers de l'Alimentation

ÉVOLUTION DU NOMBRE DE FERMETURES DE CHOCOLATERIES

En 2022, le nombre de **défaillances** parmi les **fabricants** de chocolat (code 1082Z) reste stable, avec **10 cas enregistrés** et un **taux de défaillance de 0,5%**. Cette stabilité s'explique par une demande constante pour le chocolat et une meilleure résistance des fabricants face aux crises économiques. Cependant, les **détaillants** continuent de faire face à des difficultés, avec un taux de défaillance plus élevé. La crise sanitaire de 2020 a marqué une période de fermeture notable pour les entreprises de ce secteur.

Évolution du nombre de fermetures et de défaillances de chocolaterie

- Fermetures (codee APE 1082Z)
- Défaillances (code APE 1082Z)



Source : Observatoire des Métiers de l'Alimentation



ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES

DES CHOCOLATERIES

En 2021, le chiffre d'affaires cumulé des deux activités (code APE 1082Z et 4724Z) s'élève à **4,37 milliards d'euros**. L'activité de **fabrication** représente la majeure partie du chiffre d'affaires du secteur. Les grandes entreprises comme **Lindt**, **Ferrero** ou **Nestlé** expliquent cette différence significative par rapport aux détaillants.

Par ailleurs, le chiffre d'affaires du secteur est marqué par une forte **saisonnalité** : 30% du CA est généré à Noël et 20 % à Pâques. Cette concentration des ventes souligne non seulement l'importance culturelle du chocolat dans les traditions françaises mais aussi les défis de gestion des stocks et de production auxquels les professionnels du secteur sont confrontés.

Évolution du chiffre d'affaires hors taxes en milliards d'euros



Source : [Observatoire des Métiers de l'Alimentation](#)

L'ENVIRONNEMENT RÉGLEMENTAIRE

Les chocolateries sont encadrées par une réglementation stricte. La **composition du chocolat** est définie par des règles précises, avec un minimum de **43% de cacao**, dont **26% de beurre de cacao** pour les chocolats standards. Les **étiquetages** doivent être clairs, notamment concernant les **mentions obligatoires** et les **allégations de santé**. Les chocolats peuvent également obtenir des labels comme l'**IGP** ou l'**AOP**, garantissant l'origine et la qualité. Enfin, les chocolatiers doivent respecter des normes strictes d'**hygiène**, incluant le plan **HACCP**.



L'offre en chocolaterie

Le marché des chocolats en France est largement dominé par les **grandes surfaces**, qui représentent environ 70 % des ventes. Le reste des ventes est réalisé par d'autres circuits de distribution tels que les détaillants, les boulangeries, les stations-services et les kiosques.

LES GRANDES SURFACES

Les grandes surfaces détiennent la majorité du marché et réalisent environ **85 % des ventes** de chocolat. Elles se distinguent par leur facilité d'accès et leur offre variée, allant du chocolat basique au plus haut de gamme. Leur position de leader est toutefois challengée par les attentes des consommateurs qui privilégient l'artisanal et le bio.

LES DÉTAILLANTS

Les **chocolatiers-confiseurs**, avec près de 4 000 points de vente en France, jouent un rôle essentiel dans la distribution de chocolat de qualité supérieure. Des enseignes comme Léonidas, Jeff de Bruges et De Neuville se développent avec des réseaux sous franchise. Ces chocolateries se distinguent par une offre premium et une forte implantation dans les centres-villes, bien qu'elles soient confrontées à la concurrence des grandes surfaces et des boulangeries.

LES BOULANGERIES

Les boulangeries artisanales représentent une part non négligeable du marché des chocolats, notamment lors des périodes de fêtes. Elles proposent souvent des produits de qualité, parfois faits-maison, qui séduisent une clientèle locale à la recherche d'authenticité. Toutefois, elles sont limitées par une gamme de produits plus restreinte et une distribution plus locale.

LES STATIONS-SERVICES ET KIOSQUES

Ces points de vente représentent une offre complémentaire, notamment sur des axes de transit. Leur part de marché est plus faible, mais ils sont appréciés pour leur praticité.



L'étude de la demande

BESOINS ET ATTENTES

DES CONSOMMATEURS

Pour la majorité des Français, le chocolat n'est pas simplement une gourmandise, mais un plaisir du quotidien. Environ **90 % des Français** considèrent le chocolat comme un plaisir, et pour **20 %**, c'est un remède contre le stress. Les Français sont également de vrais amateurs de chocolat noir. Ils sont 30 % à en consommer, contre 5 % dans le reste de l'Europe.

Pendant les fêtes, les ventes de chocolat explosent, avec environ 64 % des Français achetant du chocolat à cette occasion, notamment pour Noël et Pâques.

Enfin, le goût reste le facteur décisif pour les consommateurs, qui sont de plus en plus exigeants sur la qualité des saveurs. **L'apparence** visuelle du produit joue aussi un rôle clé dans l'acte d'achat. Les consommateurs demandent également davantage de **traçabilité** et une réduction des **colorants artificiels** dans les chocolats. Cette tendance pousse les chocolatiers, notamment les artisans, à utiliser des ingrédients naturels tout en offrant des produits attractifs visuellement et gustativement.



HABITUDES D'ACHAT

DES CONSOMMATEURS

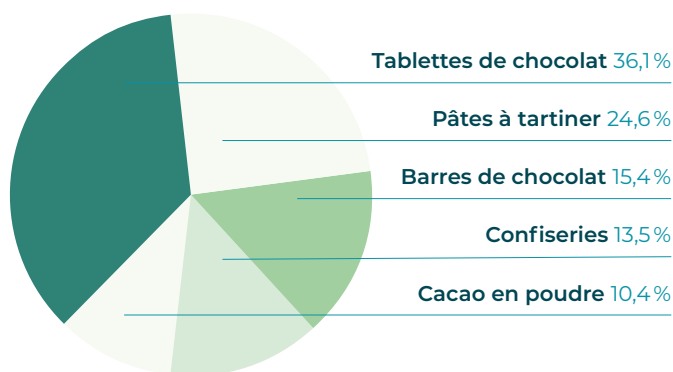
7,31 kg c'est la consommation annuelle de chocolat des Français.

Les Français raffolent du chocolat et en consomment environ 20 grammes par jour. Ils font partie des plus grands consommateurs en Europe.

Ils sont **83%** à déguster du chocolat au moins une fois par semaine, et **35%** à en manger **tous les jours**. Les **tablettes de chocolat** et la **pâte à tartiner** sont particulièrement prisées.

Pendant la semaine de **Pâques**, les ventes de chocolat explosent et représentent plus de la moitié des ventes annuelles. À cette période, un Français achète en moyenne un peu plus d'un **kilo de chocolat**. Les moulages en chocolat de figurines et d'animaux génèrent des ventes de **102 millions d'euros**, suivis par les petits œufs en chocolat et les confiseries.

Répartition des ventes



Source : [Syndicat du Chocolat](#)

PANIER MOYEN

19,31 € c'est le panier moyen en chocolaterie durant la période de Pâques.

À Pâques, les Français dépensent en moyenne 19,31 € en chocolat, un montant qui augmente encore durant les fêtes de Noël. Les moulages en chocolat, œufs et barres représentent la majorité des achats.

Le prix du kilo de chocolat varie entre **50 € et 70 €** chez un détaillant traditionnel, et entre **30 € et 40 €** dans les réseaux sous enseigne.



L'analyse des canaux de distribution

LA VENTE DIRECTE EN BOUTIQUE

Ce canal de distribution est le plus plébiscité par les clients. Il offre un contact direct avec les artisans et permet une sélection personnalisée des produits. Les clients peuvent voir, sentir et parfois même goûter les produits avant l'achat.

La vente directe permet également de proposer des **produits complémentaires**, comme des viennoiseries, des confiseries ou des boissons chaudes.

Une **bonne gestion des stocks** et des **ventes saisonnières**, combinée à une animation régulière du point de vente (dégustations, événements), est essentielle pour maintenir l'intérêt des consommateurs et maximiser les ventes.

LA VENTE EN LIGNE

L'e-commerce a pris une place importante dans la distribution de chocolats. Il permet d'atteindre une clientèle élargie tout en offrant une vitrine numérique accessible **24h/24** et **7j/7**. Les sites marchands des chocolateries s'efforcent de reproduire l'offre des boutiques, proposant souvent plus de 100 références.

Grâce à l'automatisation et la synchronisation des stocks, la gestion des produits disponibles se fait en temps réel. La **logistique** reste toutefois un défi majeur pour garantir la fraîcheur des produits lors de la livraison. De plus, la **présentation visuelle** des produits et la description doivent être de qualité pour compenser l'absence d'expérience sensorielle directe.

CLICK AND COLLECT

Ce mode de distribution, qui a connu un essor significatif durant la crise sanitaire, combine les **avantages de la vente en ligne et en boutique**. Il permet aux clients de commander en ligne et de retirer leurs achats en magasin à l'heure de leur choix. Ce système répond à plusieurs attentes : gain de temps, réduction des contacts, et maintien du lien avec la boutique locale. Il est particulièrement apprécié des clients seniors, moins familiers avec les achats en ligne.



Les tendances du secteur

LES GRANDES TENDANCES

Le marché du chocolat suit plusieurs tendances centrées sur l'éthique, le bio et la santé. Les consommateurs sont de plus en plus sensibles aux produits issus du **commerce équitable** et aux labels bio. Le chocolat équitable, désormais présent en grande distribution, et les produits certifiés agriculture biologique connaissent un essor important, avec des marques comme **Cémoi** qui cumulent plusieurs **labels écoresponsables**, allant même jusqu'à proposer des **emballages certifiés FSC**.

Un autre axe de développement est la **composition naturelle du chocolat**. Les consommateurs cherchent des chocolats plus authentiques, sans arômes artificiels, avec des ingrédients visibles et transparents, comme les tablettes ChocoMe.

Le **chocolat végétan**, également en pleine expansion, répond à une double demande : santé et respect de l'environnement. Fabriqué sans produits d'origine animale, il utilise des alternatives comme le sirop d'agave ou le lait végétal, attirant des consommateurs soucieux de leur bien-être et de l'impact environnemental de leurs choix alimentaires.

LES PERSPECTIVES DU SECTEUR

Le secteur de la chocolaterie fait face à des défis importants en raison de la **hausse des prix des matières premières et de l'énergie**, obligeant les entreprises à limiter les augmentations tarifaires, impactant ainsi leurs marges.

De plus, la **baisse du pouvoir d'achat** pourrait ralentir les ventes. À long terme, l'industrie pourrait être confrontée à une pénurie de chocolat, alors que la demande augmente et que les conditions de production du cacao deviennent incertaines. Des alternatives émergent déjà pour répondre à ces enjeux et les consommateurs sont de plus en plus attirés par des **produits locaux, éco-responsables et végétans**.

Pour répondre aux enjeux environnementaux et sociaux, la filière du cacao doit adopter des **pratiques plus durables**, particulièrement dans la production de sa matière première. Cet effort vise également à améliorer les conditions de travail des planteurs de cacao, dont 70% sont situés en Afrique de l'Ouest. L'organisation de coopératives a prouvé son efficacité pour renforcer la résilience de ces plantations et soutenir un modèle économique plus équitable.



Conclusion



Le marché de la chocolaterie en France, fort de 5570 entreprises en 2020, conjugue tradition artisanale et modernité pour satisfaire les consommateurs en quête de produits raffinés et durables. En 2021, ce marché a généré un **chiffre d'affaires de 4,37 milliards d'euros**, soutenu par une consommation moyenne de 7,31 kg de chocolat par personne par an. Les périodes de Noël et Pâques sont cruciales, représentant plus de **50 % des ventes annuelles**.

Face à la concurrence des grandes surfaces, qui captent 85 % des volumes de vente, les **chocolatiers artisanaux** misent sur la qualité et l'authenticité pour se démarquer. Le développement de produits bio, véganes, et issus du commerce équitable reflète les nouvelles attentes des consommateurs, plus sensibles aux questions environnementales et éthiques.

Le marché de la chocolaterie offre encore de belles opportunités, mais doit aussi s'adapter aux enjeux sociaux et environnementaux, notamment dans la **production du cacao**.

La diversification des offres, notamment via les ventes en ligne et le click-and-collect, ainsi que l'accent sur la durabilité et l'éthique, seront des leviers essentiels pour les entreprises souhaitant consolider leur position sur un marché en constante évolution.

N'attendez plus

POUR VOUS LANCER !

Chez Propulse du Crédit Agricole, on a tous la fibre entrepreneuriale et on sait qu'entreprendre n'est pas un long fleuve tranquille! Avec cette étude de marché complète, nous souhaitons vous donner toutes les cartes en main pour lancer votre entreprise.

Vous avez besoin de plus d'accompagnement ? Découvrez nos autres solutions :

Un compte pro 100 % en ligne

Tout ce dont vous avez besoin dans la même application, à partir de 8€ HT par mois et un service client en ligne 7j/7.

Un outil de business plan

Un outil en ligne gratuit pour créer son business plan avec la possibilité de faire appel à un coach pour se faire aider.

Des Guides gratuits

Plus de 100 Guides et des Études de marché sectorielles pour vous donner toutes les chances de réussir dans votre aventure entrepreneuriale.

Des milliers d'articles

Plus de 1500 articles pour répondre à toutes les questions que vous vous posez sur l'entrepreneuriat (et à celles que vous ne vous posez pas encore).

Des événements dans toute la France

Ateliers, webinaires, en physique ou en ligne, rencontrons nous pour partager nos expériences.

Entreprendre avec Propulse

Un écosystème complet de services pour vous accompagner à chaque étape de votre projet.

