

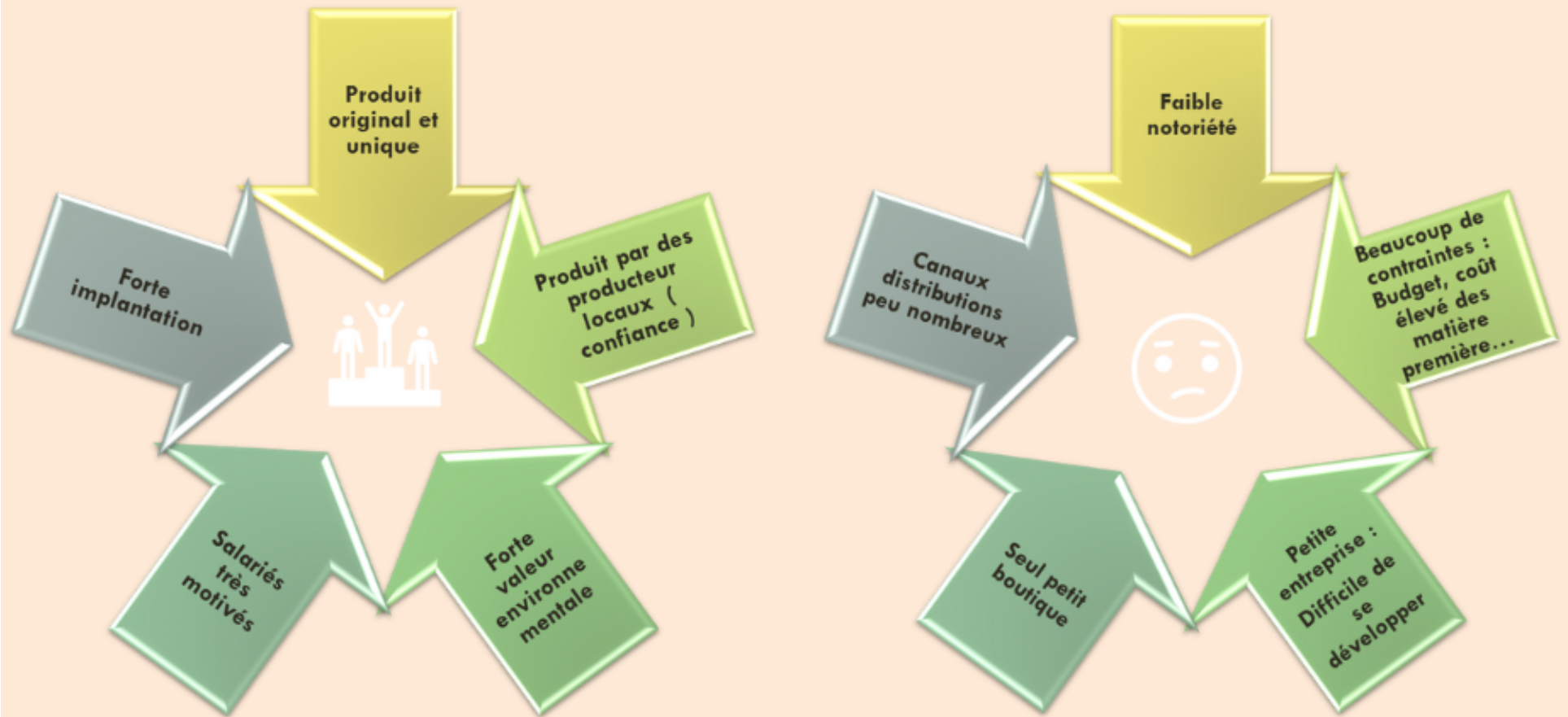
## ANALYSE MACRO ENVIRONNEMENT

| MACRO-ENVIRONNEMENT |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|---------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| PESTEL              | OPPORTUNITES                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | MENACES                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Politique           | <ul style="list-style-type: none"> <li>La Stratégie Nationale de lutte contre la Déforestation Importée a été adoptée le 14 novembre 2018 pour mettre fin en 2030 à l'importation de produits forestiers ou agricoles non durables contribuant à la déforestation dans les filières de cacao</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>La stabilité de politique des pays producteurs car la France est très dépendante de ces pays-là pour avoir les matières première</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| Economique          | <ul style="list-style-type: none"> <li>Les entreprises fabriquent au total 730092 tonnes de produits finis et semi-finis dans l'hexagone. Pour les produits semi-finis de 273 506 tonnes, la France ventes à l'export 245 225 tonnes et génère 931 millions € de CA et pour les produits fini, la France ventes à l'export 243 793 tonnes de chocolat et gagne 1 012 millions €</li> <li>La France exporte environ 70% de sa production (en volume) un peu partout dans le monde</li> <li>La France exporte beaucoup ses produits fini (en volume) en Europe que d'autres destinations dans le monde. Soit 81% d'exportation en Europe en 2021 et 87% en 2016. Les pays d'Europe où la France a exporté le plus sont l'Allemagne (1 7,3% en volumes) et le Royaume-Uni (52,4% % en volumes) en 2015.</li> <li>Ce marché de chocolaterie, son exportation en valeurs continue d'augmenter constance depuis 2010 (1 51 128 €) jusqu'à 2015 (185 250 €)</li> <li>Le marché de chocolat en France est très important pour la France en vue de son déficit au niveau d'importation supérieure que son exportation des biens et des services. Donc, puisque le marché de chocolat crée des biens et qui exporte ce bien en volume et en</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>C'est un secteur de marché très concurrentiel dans la France qui contient 115 Entreprises, (dont 90 % de PME). Donc, il faut bien surveiller pour qu'il n'y a pas de défaillances de marché qui cause le disfonctionnement du marché. (La France et autres pays )</li> <li>La France ne fait qu'importer les matières premières d'autres pays dans le monde (soit 43% importation de fèves de cacao de Côte d'Ivoire en 2016, 37% de Ghana, et 8% de la République dominicaine, etc.). Ce qui signifie qu'elle est dépendante aux autres au ce niveau-là.</li> <li>Le prix des matières première augmente après la crise de covid19 et transportation est très important</li> <li>Ce secteur de marché est très concurrentiel non seulement au niveau national mais aussi au niveau international face à d'autres marché de chocolat de leurs pays.</li> <li>Hausse du prix de la matière première (cacao) environ 10%</li> </ul> |

|                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                        | valeur très important, cela permet la France d'améliorer ces situations financières, notamment dans le cas de déficit.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| <b>Social</b>          | <ul style="list-style-type: none"> <li>– Environ 30 000 emplois, dont 15 850 emplois en production en France</li> <li>– Pris de conscient sur l'environnement, santé et le bien-être</li> <li>– Les consommateurs prennent conscience sur l'éthique, le bio, la naturalité et la santé et commence à consommer les produits chocolat bio aussi. Cette action incite donc les acteurs de ce marché à s'adapter, à produire et à utiliser les matières premières qui les conviennent.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>– Le niveau de revenus des producteurs de cacao est assez bas (soit 400 dollars la tonne en Côte d'Ivoire et Ghana)</li> <li>– Le niveau de vie des producteurs est bas aussi</li> <li>– Le fait de faire travailler des enfants qui crée une vraie polémique dans le marché tel que dans la société</li> </ul>                                                                                                                                                            |
| <b>Technologique</b>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>– Le marché de chocolat joue sur les techniques de la production et l'emballage des produits... pour se faire marque. Ex, l'utilisation l'imprimante 3D pour reproduire le chocolat</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>– Avoir le conscient mais reste un peu en danger</li> <li>– Les normes à respecter par rapport au machines utilisées</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| <b>Environnemental</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>– Le marché tourne de plus en plus vers des produits de chocolat plus équitable</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>– La déforestation</li> <li>– La pollution de l'import et l'export des matières premières ou des produits finis</li> <li>– Depuis les années 1970 : de 4 à plus de 10 millions d'hectares</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| <b>Légal</b>           | <ul style="list-style-type: none"> <li>– La norme ISO 34101 en 3 parties, relative au cacao durable et traçable, pour but de soutenir les producteurs qui aspirent à la prospérité et à la durabilité.</li> <li>– Les deux principaux labels de développement durable sont Rainforest Alliance et le label de commerce équitable Fairtrade dans la filière cacao</li> </ul>                                                                                                                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>– La norme ISO 34101 en 3 parties, relative au cacao durable et traçable, pour but de soutenir les producteurs qui aspirent à la prospérité et à la durabilité.</li> <li>– Les deux principaux labels de développement durable sont Rainforest Alliance et le label de commerce équitable Fairtrade dans la filière cacao</li> <li>– Les résultats pour atteindre les du développement durable est lent malgré les dispositions mise en place (les label, ...).</li> </ul> |

### Forces et Faiblesses

# FORCES ET FAIBLESSES



PORTER :

### **Intensité de la concurrence sur le marché du chocolat :**

- CEMOI Confiseur
- Velrhona
- Mars Wrigley
- Haribo
- Lindt et sprungli
- Barry Callebaut
- Ferrero
- Revillon
- Maison du chocolat

Comme nous pouvons le voir, c'est un marché très dense, occupé par de nombreuses entreprises de différentes tailles, chacune ayant son importance dans le marché du chocolat. Ce marché comporte environ 115 entreprises pour 30000 employés en France. Le leader de ce marché est le groupe Ferrero avec plus de 50% des parts de volume de recherche suivis de Lindt et Toblerone (chacun 8 %).

### **Pouvoir de négociation des fournisseurs :**

Pour les matières premières, la Côte d'Ivoire et le Ghana sont de loin les deux plus grands producteurs de cacao, représentant à eux seuls plus de 60% de la production mondiale de cacao, suivis de l'Équateur avec 7%. L'Indonésie est le plus grand producteur de cacao d'Asie.

Les quatre principaux pays producteurs de chocolat sont l'Allemagne, la Belgique, l'Italie et la Pologne.

L'Allemagne est le pays qui vend le plus de chocolat, suivie de la Belgique.

### **Pouvoir de négociation des clients :**

Avec neuf kilos mangés par personne et par an, les Suisses s'imposent comme les plus gros consommateurs de chocolat du monde, selon une information d'Euromonitor. En effet, la nation est réputée pour son excellente industrie du chocolat, Toblerone étant une de ses marques phares.

La consommation est croissante entre 3–5 ans (68 g/j) jusqu'à 15-55 ans (116 g/j). On note que la tranche 55-64 ans est la plus grande consommatrice (128 g/j).

En France, durant les périodes de fêtes de fin d'année ou lors de pâques, les français consomment énormément de chocolats, avec 6,7 kilos consommés par habitant chaque année, la France n'arrive toutefois qu'à la septième place en Europe, derrière l'Allemagne, le, l'Autriche, le Danemark, la Belgique et la Finlande.

### **Menace de nouveaux entrants :**

Ce marché est essentiellement composé de grandes entreprises qui dominent le marché. Cependant il existe de nombreuses PME ou TPE dans ce marché.

### **Menace des produits de substitutions :**

Les produits de substitution aux chocolats peuvent être les différentes confiseries comme les pâtes de fruits, bonbons, pâtisseries sans chocolat, ou autres gourmandises sans chocolat.

## **BIBLIOGRAPHIE**

### **Page web :**

- 1/ DÉTROYAT OLIVIA. Les promesses du « chocolat durable » tardent à se concrétiser. In : Le Figaro. Le Figaro, no. 24320 [en ligne]. Paris: Le Figaro, 31 octobre 2022. Disponible à l'adresse : <https://nouveau.europresse.com/Search/ResultMobile/1>
- 2/ Organisation de « Syndicat du Chocolat ». LES CHIFFRES CLÉS 2021. In : Syndicat du Chocolat . Chiffres clés 2021 du secteur [en ligne]. Paris: Avril 2022, Disponible à l'adresse : <https://www.syndicatduchocolat.fr/les-chiffres-cles-du-secteur/>
- 3/ BVA CAOISCO. Marché des friandises en France. In : BVA, CAOISCO, Direction générale des douanes et droits indirects, IRI, Kantar Worldpanel, L'Alliance 7, Le Monde du Surgelé, LSA, Mondelez, Nestlé, R&R Ice Cream, Syndicat du Chocolat, Syndicat National de la Confiserie, Toluna QuickSurveys . Marché des friandises en France [en ligne]. Paris: 2014-2018, Disponible à l'adresse : [study\\_id36855\\_le-marche-des-friandises-france-dossier-statista.pdf \(univ-st-etienne.fr\)](study_id36855_le-marche-des-friandises-france-dossier-statista.pdf (univ-st-etienne.fr))
- 4/ Ministère de la transition écologique. Stratégie nationale de lutte contre la déforestation importée (SNDI). In : Ministère de la transition écologique. CACAO [en ligne]. Paris : SNDI, Le 2 novembre 2022. Disponible à l'adresse : <https://www.deforestationimportee.fr/fr/produits/cacao-12>
- 5/ Frédéric Amiel, Yann Laurans, Alexandre Muller. Les chaînes de valeur agricoles au défi de la biodiversité : l'exemple du cacao-chocolat. In : Institut de développement durable et des relations internationales (IDDRI). IDDRI [en ligne]. Paris : IDDRI, octobre 2019. Disponible à l'adresse : <https://www.iddri.org/fr/publications-et-evenements/etude/les-chaines-de-valeur-agricoles-au-defi-de-la-biodiversite>
- 6/ CLARE NADEN. Publication de la toute première norme internationale pour le cacao durable et traçable. In : Organisation internationale de normalisation. ISO [en ligne]. Geneva : ISO, Le 7 mai 2019. Disponible à l'adresse : <ISO - Publication de la toute première Norme internationale pour le cacao durable et traçable>
- 7/ Agro-média. Tendances et innovations au cœur du chocolat. In : Agro-média. Agro-média.fr [en ligne]. Paris : Agro-média, Le 19 novembre 2013. Disponible à l'adresse : <https://www.agro-media.fr/analyse/tendances-et-innovations-au-coeur-du-chocolat-5531.html>
- 8/Le Figaro avec AFP. Cacao: hausse de près de 10% du prix d'achat aux producteurs en 2022. In : Le Figaro. Hausse de près de 10% du prix d'achat aux producteurs en 2022 [en ligne]. Paris : Le figaro, Le 30 septembre 2022 . Disponible à l'adresse : [Cacao: hausse de près de 10% du prix d'achat aux producteurs en 2022 \(lefigaro.fr\)](Cacao: hausse de près de 10% du prix d'achat aux producteurs en 2022 (lefigaro.fr))

### **Livre numérique :**

François Ruf. Booms et crises du cacao: Les vertiges de l'or brun. Paris, France, Éditions Quae, 1995. 496p.

### **Article de périodique :**

Étienne GOETZ. La guerre entre l'Opep du cacao et les géants du chocolat est en voie de s'apaiser. Les Echos, no. 23841, Finance & Marchés, vendredi 25 novembre 2022, p.